

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI MARKETING,
KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT ANGGOTA
UNTUK MELAKUKAN SIMPAN PINJAM DI KSPPS
BISMILLAH KENDAL CABANG GEMUH**

Laporan Magang MB-KM

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

Mencapai derajat Sarjana S1 Manajemen

Program Studi Manajemen



Disusun Oleh :

Nur Aini Fitriainingsih

NIM : 30401800258

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEMARANG**

2021

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS STRATEGI PROMOSI MARKETING, KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT ANGGOTA UNTUK MELAKUKAN SIMPAN PINJAM DI KSPPS BISMILLAH KENDAL CABANG GEMUH

Disusun Oleh :

Nur Aini Fitriyaningsih

Nim : 30401800258

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya
Dapat diajukan ke hadapan sidang panitia ujian Laporan Magang MB-KM
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 4 Januari 2022

Dosen Pembimbing Lapangan



Prof. Dr. Widodo, SE., M.Si
NIDN.0608026502

Dosen Supervisor



Kuswanto

Kelulusan Laporan Magang MB-KM

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI MARKETING, KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT ANGGOTA UNTUK
MELAKUKAN SIMPAN PINJAM DI KSPPS BISMILLAH
KENDAL CABANG GEMUH**

Disusun Oleh :

Nur Aini Fitrianiingsih

Nim : 30401800258

Telah dipertahankan di depan penguji

Pada tanggal, 24 Januari 2022

Susunan Dewan Penguji

Dosen Pembimbing Lapangan



Prof. Dr. Widodo, SE., M.Si
NIDN.0608026502

Dosen Supervisor



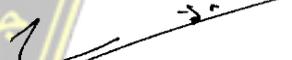
Kuswanto

Dosen Penguji



Dra. Hj. Sri Ayuni, M.Si.
NIDN. 0009105501

Dosen Penguji



Dr. Drs Moch. Zulfa, MM
NIDN. 0616085903

Laporan Magang MB – KM ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen, Tanggal 24 Januari 2022

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Ardian Adhitama, SE., M.M.
NIDN. 0626027201

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Saya Yang Bertanda Tangan Dibawah ini

Nama : Nur Aini Fitriainingsih

NIM : 30401800258

Jurusan : S1 Manajemen

Fakultas : Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung

Judul : Analisis Strategi Promosi Marketing, Kualitas Produk Terhadap Minat Anggota Untuk Melakukan Simpan Pinjam Di Kspps Bismillah Kendal Cabang Gemuh

Menyatakan Bahwa tugas akhir saya yang berjudul **“Analisis Strategi Promosi Marketing, Kualitas Produk Terhadap Minat Anggota Untuk Melakukan Simpan Pinjam Di Kspps Bismillah Kendal Cabang Gemuh”** merupakan hasil tulisan saya sendiri dan benar aslinya bukan merupakan hasil dari plagiasi atau duplikasi dari karya orang lain kecuali pada bagian yang dirujuk dan disebut dalam daftar pustaka. Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut diatas disengaja maupun tidak disengaja maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekalipun menerima sanksi dari Universitas Islam Sultan Agung

Semarang, 13 Juli 2022

Yang Menyatakan



(Nur Aini Fitriainingsih)

30401800258

PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: NUR AINI FITRIANINGSIH
NIM	: 30401800258
Program Studi	: MANAJEMEN
Fakultas	: EKONOMI

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* dengan judul :

Analisis Strategi Promosi Marketing, Kualitas Produk Terhadap Minat Anggota Untuk Melakukan Simpan Pinjam Di Kspps Bismillah Kendal Cabang Gemuh

dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

*Coret yang tidak perlu

Semarang, 13 Juli 2022

Yang Menyatakan



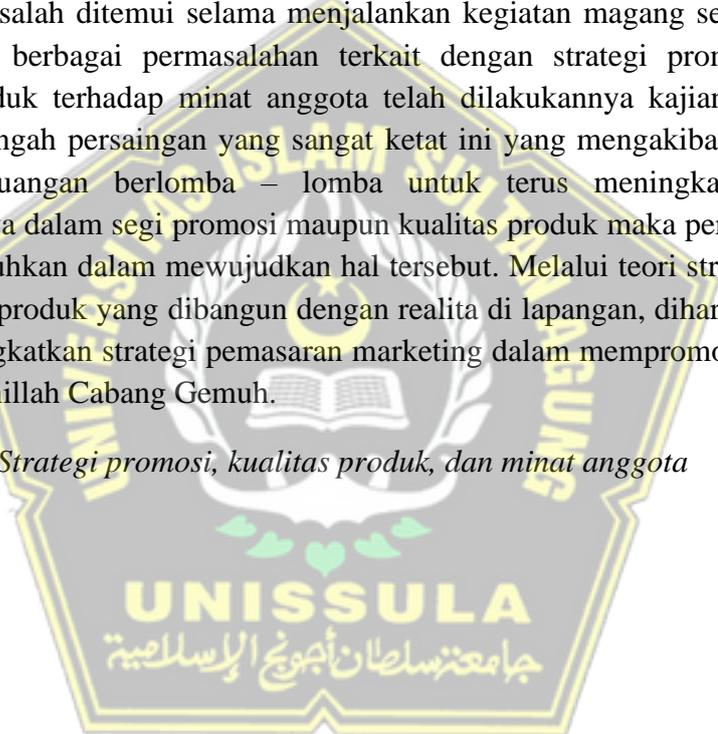
(Nur Aini Fitriarningsih)

30401800258

ABSTRAK

Analisis Strategi Promosi Marketing, Kualitas Produk Terhadap Minat Anggota Untuk Melakukan Simpan Pinjam Di KSPPS Bismillah Cabang Gemuh. Laporan magang MB-KM ini ditujukan untuk meningkatkan strategi promosi marketing serta kualitas produk yang bertujuan dapat meningkatkan minat anggota dalam melakukan simpanan produk dan melakukan pembiayaan dengan jumlah yang besar agar dapat tercapainya target marketing sesuai dengan yang telah ditentukan. Untuk keperluan tersebut, observasi serta pengumpulan data telah dilakukan selama 3 bulan magang di KSPPS Bismillah Kendal Cabang Gemuh. Berbagai masalah ditemui selama menjalankan kegiatan magang sehingga untuk menjelaskan berbagai permasalahan terkait dengan strategi promosi maupun kualitas produk terhadap minat anggota telah dilakukannya kajian teori secara kritis. Di Tengah persaingan yang sangat ketat ini yang mengakibatkan berbagai lembaga keuangan berlomba – lomba untuk terus meningkatkan strategi pemasarannya dalam segi promosi maupun kualitas produk maka peran marketing sangat dibutuhkan dalam mewujudkan hal tersebut. Melalui teori strategi promosi dan kualitas produk yang dibangun dengan realita di lapangan, diharapkan supaya dapat meningkatkan strategi pemasaran marketing dalam mempromosikan produk KSPPS Bismillah Cabang Gemuh.

Kata Kunci: *Strategi promosi, kualitas produk, dan minat anggota*



ABSTRACT

Analysis of Marketing Promotion Strategy, Product Quality on Member Interests To Do Savings and Loans at KSPPS Bismillah Gemuh Branch. This MB-KM internship report is intended to improve marketing promotion strategies and product quality which aims to increase member interest in saving products and conducting large amounts of financing in order to achieve marketing targets as determined. For this purpose, observations and data collection have been carried out for 3 months of internship at KSPPS Bismillah Kendal Gemuh Branch. Various problems were encountered during the internship so that to explain various problems related to promotion strategies and product quality to the interest of members, a critical theoretical study was carried out. In the midst of this very tight competition which has resulted in various financial institutions competing to continue to improve their marketing strategies in terms of promotion and product quality, the role of marketing is very much needed in realizing this. Through the theory of promotion strategy and product quality that is built with the reality in the field, it is hoped that it can improve marketing strategies in promoting KSPPS Bismillah products, Gemuh Branch.

Keywords: *Promotion strategy, product quality, and member interest*



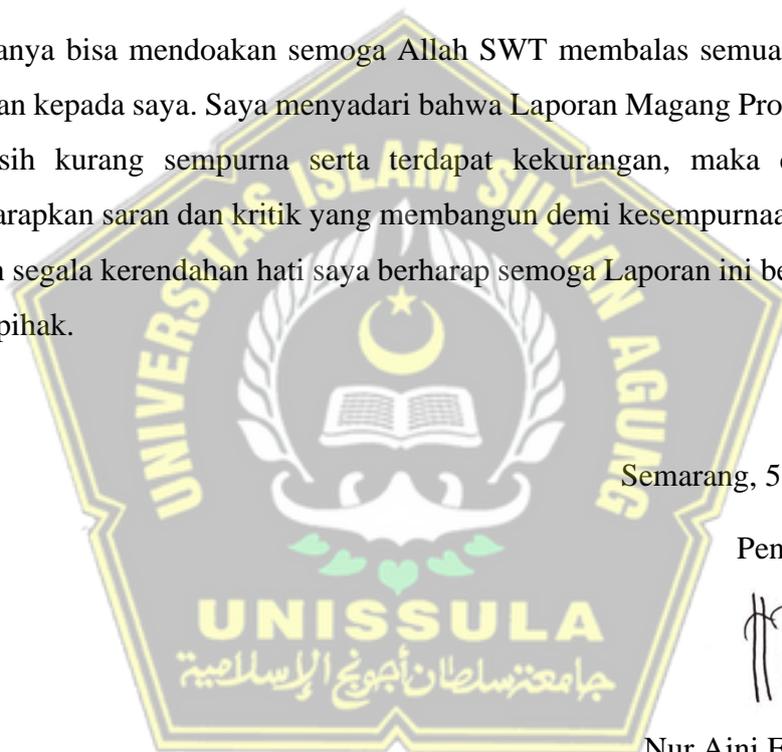
KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Magang Program MB-KM yang berjudul “Analisis Pengaruh Strategi Promosi Marketing Terhadap Minat Anggota Untuk Melakukan Simpan Pinjam di Koperasi Studi Kasus Pada KSPPS Bismillah Cab. Gemuh” ini tanpa halangan yang berarti. Selama melaksanakan Magang dan dalam menyelesaikan laporan ini, penulis telah banyak menerima bimbingan, pengarahan, petunjuk, dan saran, serta fasilitas yang membantu hingga akhir dari penulisan laporan ini. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, penulis diberikan kemudahan dan kelancaran dalam penyusunan Laporan Magang program MB-KM.
2. Bapak Prof. Dr. Widodo, SE., M.Si sebagai dosen pembimbing lapangan yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam menyelesaikan laporan magang program MB-KM.
3. Bapak Drs. H. Bedjo Santoso, MT., Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
4. Ibu Prof. Hj. Olivia Fachrunnisa, SE., M.Si., Ph.D sebagai dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang
5. Bapak Dr. H. Ardian Adhiatma, SE., MM sebagai ketua prodi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang
6. Bapak kurnanto sebagai dosen supervisor yang telah memberikan bimbingan dalam menyelesaikan laporan magang program MB-KM dan juga arahan selama praktek magang
7. Seluruh karyawan KSPPS Bismillah Cab. Gemuh yang telah membantu dalam bentuk dorongan moral maupun materi yang tidak dapat disebutkan satu-persatu

8. Kedua orang tua yang tidak pernah berhenti mendoakan yang terbaik, serta keluarga yang selalu memberikan dukungan.
9. Teman satu magang saya yang telah bekerjasama dengan baik serta membantu dalam mengerjakan laporan ini.
10. Teman serta sahabat saya yang selalu memberi semangat dalam menyelesaikan laporan ini.
11. Naufal Hanif Nugistira yang telah banyak membantu dan memberi arahan sehingga laporan ini dapat terselesaikan.

Saya hanya bisa mendoakan semoga Allah SWT membalas semua bantuan yang diberikan kepada saya. Saya menyadari bahwa Laporan Magang Program MB-KM ini masih kurang sempurna serta terdapat kekurangan, maka dari itu, saya mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan Laporan ini. Dengan segala kerendahan hati saya berharap semoga Laporan ini bermanfaat bagi semua pihak.



Semarang, 5 Januari 2022

Penulis,

Nur Aini Fitriani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang dan Tujuan Magang	1
1.2 Sistematika Laporan Magang	8
BAB II PROFIL ORGANISASI DAN AKTIVITAS MAGANG.....	10
2.1 Profil Organisasi	10
2.2 Aktivitas Magang	31
BAB III IDENTIFIKASI MASALAH	35
3.1 Identifikasi Permasalahan.....	35
3.2 Alasan Pemilihan Masalah	37
BAB IV KAJIAN PUSTAKA	38
4.1 Landasan Teori	38
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN	49
5.1 Analisis Permasalahan di KSPPS Bismillah Cabang Gemuh	49
5.2 Analisis Minat Anggota KSPPS Bismillah Cabang Gemuh	51
5.3 Pembahasan Strategi Promosi Marketing KSPPS Bismillah Cabang Gemuh	53
5.4 Analisis Kualitas Produk KSPPS Bismillah Cabang Gemuh.....	57
BAB VI KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	61
6.1 Kesimpulan.....	61
6.2 Rekomendasi	63
BAB VII REFLEKSI DIRI	65
7.1 Hal Positif Selama Perkuliahan Yang Bermanfaat Selama Magang.....	65

7.2	Manfaat Kegiatan Magang Terhadap Pengembangan <i>Soft Skill</i>	66
7.3	Manfaat Kegiatan Terhadap Kemampuan Kognitif Mahasiswa	67
7.4	Kunci Sukses Dalam Bekerja	68
7.5	Rencana Pengembangan / Perbaikan Diri, Karir, dan Pendidikan.	69
DAFTAR REFERENSI		70
LAMPIRAN – LAMPIRAN		73



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Masa Jabatan.....	14
Tabel 2.2 Prosedur Kerja.....	34



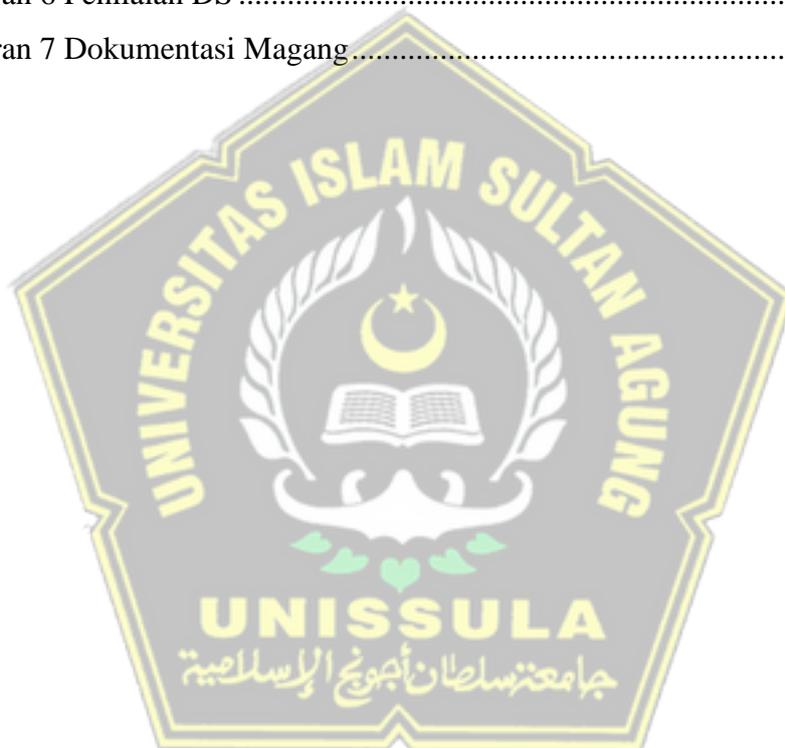
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 STRUKTUR ORGANISASI.....	16
Gambar 2.2 STRUKTUR KEPEGAWAIAN CABANG GEMUH.....	16
Gambar 5.1PENDAPATAN	51



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Form Permohonan Magang	73
Lampiran 2 Absensi	74
Lampiran 3 Catatan Harian	83
Lampiran 4 Catatan Bimbingan DPL.....	104
Lampiran 5 Catatan Bimbingan DS	106
Lampiran 6 Penilaian DS	108
Lampiran 7 Dokumentasi Magang.....	115



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang dan Tujuan Magang

1.1.1. Latar Belakang

Berdirinya lembaga keuangan syariah khususnya KSPPS (Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah) lebih berorientasi ke arah ragam usaha yang mengumpulkan serta menyalurkan dana yang bersifat nonprofit, contohnya seperti zakat, infak, serta sedekah juga dana dengan sifat yang komersial. Ragam usaha ini adalah bagian dari pengadaan KSPPS atau entitas yang mendukung aktivitas perekonomian rakyat kalangan bawah dan etap dilandaskan pada ajaran dan syariah Islam. KSPPS berdiri atas asas yang dianutnya pada masyarakat yang bersifat *salaam*, yakni *ahsan* (kualitas dari hasil kinerja terbaik), *thayyibin* (terindah), *ahsanu amala* (dapat memberikan kepuasan bagi setiap pihak), sejalan dengan nilai *salaam barokah* (berdaya guna), penguatan pada kanal dan jaringan, transparansi serta responsibilitas yang ditangguhkan pada masyarakat hingga keadilan sosial serta kesetaraan dalam hal gender, dan tidak diberlakukannya sikap diskriminatif. Keberadaan BMT sendiri untuk mewujudkan aspirasi terutama bagi umat Islam yang mencari bentuk pelayanan perbankan syariah dalam pengelolaan dana ekonomi yang dimiliki. Safitri, I. (2016).

Perkembangan koperasi syariah yang pesat dinilai banyak mendorong pertumbuhan output atau produk peranan serta jasa untuk sanggup melayani keperluan anggota serta rakyat yang bertempat sekitar koperasi. Menurut Kotler

dan Keller, (2012 hal 143) yang dikutip dalam Satria, A. A. (2017 hal 46) Keseluruhan fitur dan spesifikasi produk yang dilihat dari kapabilitas dari segi kualitas suatu produk untuk memenuhi kebutuhan. Dengan menyediakan beragam produk dan layanan jasa yang beragam, koperasi syariah dapat diberikan serta diterima oleh semua golongan masyarakat tanpa membedakan.

Sejatinya koperasi ketika melakukan penjualan ragam produknya akan berhadapan dengan penciptaan sebuah strategi penjualan yang tepat dan dapat menjadikan produk atau komoditas mereka dapat diterima serta terjual dengan baik pula. Satu dari sekian strategi penjualan ini berhubungan dengan upaya serta intensitas dari mutu layanan yang diberikan serta mutu dari produk yang akan ditujukan terhadap anggota. Maulida, I. (2016).

Entitas finansial lebih berfokus pada mutu produk, dikarenakan mutu dinilai sebagai satu dari sekian faktor penting yang menentukan hadirnya yang dirasakan anggota dikarenakan mutu yang baik akan membuat, mempertahankan serta menciptakan loyalitas pada anggota. Mutu produk dinilai sebagai bentuk kapabilitas produk untuk mendorong bekerjanya fungsi dalam produk tersebut. Jika produk ingin laku dan diterima dengan baik oleh pasar, produsen perlu mempertimbangkan tingkatan mutu yang linier dengan apa yang diinginkan oleh nasabah mereka. Produk dengan kualitas tinggi dinilai lebih bernilai baik daripada kompetitor produk pesaing atau juga dikenal dengan produk plus. Dalam perbankan sendiri, produk plus perlu untuk selalu dibuat dan menggaet intensi pihak calon nasabah baik baru maupun mempertahankan nasabah lama. Irawan, A.W (2020)

Pada proses pengenalan ragam produk KSPPS pada masyarakat dinilai memerlukan strategi pemasaran yang bijak dan tepat. Pemasaran diklaim sebagai upaya pengkomunikasian, penyaluran, pembuatan, penyebarluasan, serta pertukaran produk dengan tujuan dapat menjawab apa yang dibutuhkan oleh konsumen atau masyarakat. Kini pemasaran produk penuh akan tantangan besar dikarenakan perkembangan wawasan masyarakat yang pesat terkait keunggulan dari setiap entitas finansial yang ada. Hal ini terjadi dikarenakan entitas finansial di tanah air yang dinilai cukup kompetitif. Saputri, L. S. (2018).

Marketing merupakan bagian paling penting dari entitas bisnis yang memuat banyak kegiatan pemasaran agar produk sampai ditangan konsumen. Hubungan pemasaran dengan pelanggan juga perlu untuk dibangun dan dijaga. Hal ini bertujuan untuk tetap mempertahankan kesetiaan pelanggan pada produk. Strategi marketing perlu dilakukan dengan jelas dengan tujuan produk dapat diterima konsumen dengan tepat waktu dan tidak membuat konsumen merasa kecewa.

Melalui strategi pemasaran, implementasi program untuk menggapai tujuan entitas bisnis dapat terus aktif dijalankan serta rasional mengenai upaya suatu merek meraih tujuan di dunia bisnis yang dinamis. Sebagai upaya melihat respon pasar yang ditargetkan, entitas finansial mendapati berbagai tantangan, contohnya banyak bermunculan entitas keuangan yang segar dan baru, update perkembangan teknologi, transaksi yang semakin mudah, ragam hadiah serta promosi dan lainnya. Sebagai upaya mempertahankan serta melakukan peningkatan kuantitas anggota, stabilitas serta laba, pemasaran dapat dijalankan dengan fokus melayani pasar yang

ada. Tidak hanya itu anggota pun perlu mempertimbangkan potensi untuk upaya pembukaan cabang-cabang baru sebagai bentuk ekspansi usaha. Tujuan entitas pun akan dicapai dan menjadikan pelaksana usaha dapat terus mempertahankan manajemen entitas serta terus kompetitif. Berbagai aspek yang dinilai turut mempengaruhi pencapaian tujuan diantaranya pemberian promosi. Pelaku bisnis kerap terlalu senang dengan promosi dengan menguras banyak biaya. Banyak pebisnis yang juga bersaing dengan promosi, perusahaan akan menjunjung tinggi keunggulan produk yang bertujuan menarik intensi konsumen. Berfokus pada promosi dengan adanya *advertising* (iklan), *sales promotion* (promosi penjualan), *direct marketing* (pemasaran langsung), *public relation* (hubungan masyarakat) dan *personal selling* (penjualan pribadi). Tidak hanya itu pelaku usaha mempunyai strategi pemasaran yang berbeda untuk memperoleh volume penjualan yang optimal dengan menggunakan *Word of mouth marketing* (WOMM) communication ataupun komunikasi mulut ke mulut. Putri, Y. R. (2018).

Dalam rangka meningkatkan pemerataan pengembangan dan hasil pelaksanaan pengembangan nasional, KSPPS memiliki berbagai fungsi yang salah satunya melayani simpanan anggota, mengumpulkan dana dan meneruskan dana masyarakat tersebut kepada masyarakat. KSPPS dalam mengumpulkan dana masyarakat dalam bentuk deposito serta simpanan anggota. Penghimpunan dana tersebut khususnya lewat simpanan anggota oleh KSPPS memiliki peranan yang sangat penting, karena bagi KSPPS itu sendiri merupakan salah satu sumber dana, disamping itu bagi kehidupan masyarakat pada masa sekarang, dalam keadaan krisis moneter sangat penting karena dapat mengurangi inflasi dengan cara menarik

dana sebanyak-banyaknya sehingga akan mengurangi peredaran uang di tangan masyarakat. Selain peranan diatas juga tabungan memiliki peranan yang lain yaitu sebagai alat liquid bagi KSPPS karena simpanan anggota merupakan pinjaman jangka pendek, sehingga sewaktu-waktu anggota akan mengambil simpanannya, KSPPS tidak akan kekurangan atau tidak kesulitan dalam membayar simpanan anggota tersebut.

Untuk entitas finansial yang tidak berwujud bank, ada satu diantaranya yakni KSPPS Bismillah Cabang Gemuh sebagai bentuk peluang dalam penghimpunan serta penyaluran dana performanya dengan basis syariah dan dapat digunakan sebagai pendukung aktivitas perekonomian mikro dengan landasan syariah di wilayah Kendal. KSPPS Bismillah merupakan salah satu entitas finansial syariah yang mengumpulkan dana dari masyarakat serta meneruskan dana untuk masyarakat yang kekurangan dan membutuhkan dana atas landasan syariah. KSPPS (Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syari'ah) Bismillah Kendal merupakan koperasi yang bergerak dibidang simpan pinjam, yang mana mempunyai visi serta misi yang ditetapkan.

Sebagai upaya peningkatan kualitas produk di KSPPS Bismillah tentunya harus terus melakukan inovasi dalam pengembangan produknya disertai dengan strategi promosi yang mumpuni sehingga mampu menarik minat anggota. Peran marketing dalam meningkatkan minat anggota untuk melakukan simpan pinjam di koperasi sangat dibutuhkan di tengah persaingan saat ini yang kompetitif dikarenakan banyak bermunculannya entitas finansial lainnya yang terus mengalami perkembangan.

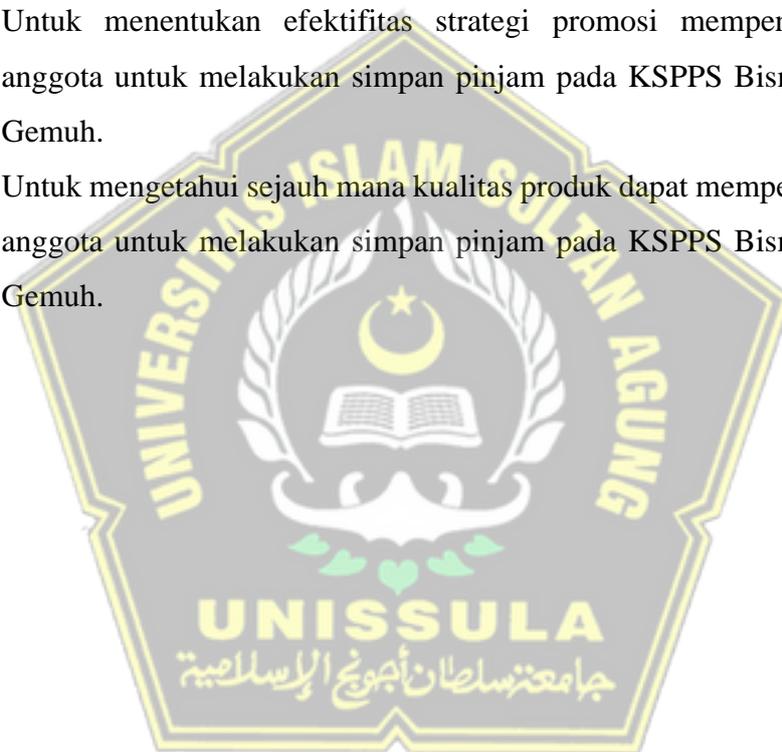
Merujuk pada paparan latar belakang tersebut penulis memiliki ketertarikan untuk mengangkat penelitian yang berjudul **“Analisis Strategi Promosi Marketing, Kualitas Produk Terhadap Minat Anggota Untuk Melakukan Simpan Pinjam di KSPPS Bismillah Kendal Cabang Gemuh.”**



1.1.2 Tujuan Magang

Sebuah penelitian perlu dilakukan dengan dasar dan tujuan yang jelas. Hal bertujuan untuk mengetahui hal yang pasti dengans sedang diteliti juga untuk memberikan arahan serta menuntun menemukan tujuan penelitian. Disamping itu tujuan juga berfungsi menentukan metode penelitian terbaik serta tepat untuk diaplikasikan pada penelitian. Merujuk pada rumusan tersebut, tujuan untuk penelitian yang dilakukan antara lain :

1. Untuk menentukan efektifitas strategi promosi mempengaruhi minat anggota untuk melakukan simpan pinjam pada KSPPS Bismillah Cabang Gemuh.
2. Untuk mengetahui sejauh mana kualitas produk dapat mempengaruhi minat anggota untuk melakukan simpan pinjam pada KSPPS Bismillah Cabang Gemuh.



1.2 Sistematika Laporan Magang

Penulisan Laporan Magang Program MB-KM ini terdiri dari VII Bab yang secara umum yakni :

BAB I : PENDAHULUAN

Memuat landasan pemikiran yang menjelaskan latar belakang (argumen/alasan) dari topik dipilih dengan menunjukkan permasalahan atau keunikan suatu perusahaan, menguraikan tujuan penelitian laporan magang, dan menguraikan sistematika untuk penulisan laporan.

BAB II : PROFIL PERUSAHAAN DAN AKTIVITAS MAGANG

Menjelaskan dan menguraikan profil perusahaan secara spesifik mencakup proses kegiatan perusahaan, struktur organisasi, ketentuan/peraturan terkait, visi misi dan tujuan, produk – produk yang dihasilkan oleh perusahaan, profil entitas juga terkait aplikasi manajemen serta akuntansi dengan maksud untuk mencapai tujuan entitas bisnis, serta aktivitas magang melalui penguraian seluruh aktivitas yang dilakukan selama pelaksanaan magang.

BAB III : IDENTIFIKASI MASALAH

Bab ini mengidentifikasi masalah yang muncul dan beberapa masalah yang paling penting untuk dipecahkan, serta menjelaskan tentang mengapa masalah yang dipilih tersebut penting.

BAB IV : KAJIAN PUSTAKA

Memuat tentang kajian teori serta referensi yang dapat memecahkan masalah penting yang dipilih yang sesuai dengan pembahasan topik laporan magang.

BAB V : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Memaparkan kembali masalah atau kasus yang dibahas di latar belakang, kemudian menganalisis permasalahan dengan metode yang sesuai dengan cara membandingkan teori dengan kasus yang diangkat. Harus menggunakan referensi yang valid dan terpercaya.

BAB VI : KESIMPULAN DAN PEMBAHASAN

Menjelaskan tentang kesimpulan atas permasalahan / kasus yang dianalisis memberikan rekomendasi untuk tempat magang baik staf maupun atasan perusahaan tentang kelemahan dan kekurangan yang dirasakan selama melakukan kegiatan magang

BAB VII : REFLEKSI DIRI

Bab ini merupakan manfaat yang dirasakan penulis ketika menjalankan kegiatan magang, pesan dan kesan apa yang dapat diambil untuk dijadikan pelajaran kedepannya, menjabarkan tentang manfaat pengembangan soft skills dan kekurangannya, mengidentifikasi kunci untuk meraih kesuksesan dalam bekerja menurut pengalaman magang, menguraikan intropeksi diri, pengembangan karir dan pendidikan kedepannya.

BAB II

PROFIL ORGANISASI DAN AKTIVITAS MAGANG

2.1 Profil Organisasi

2.1.1 Sejarah Perusahaan

Sejarah berdirinya BMT Bismillah Kendal Sejak ditetapkannya UU No 21 tahun 2008 mengenai perbankan syariah, menghadirkan peluang didirikannya berbagai entitas finansial syariah yang dilandaskan pada sistem bagi hasil. Keadaan ini lantas dipergunakan dengan baik oleh umat islam melalui pendirian perbankan islam dengan nama BMI, BPRS, serta terakhir BMT.

BMT Bismillah didirikan pada 4 Februari 1996 melalui 20 orang pendiri, dengan modal awal hanya Rp. 2.000.000,- berasal dari Zakat, Infaq, Shadaqah (ZIS), sementara dari segi hukum KSPPS Bismillah didirikan dari tahun 1997 atas adanya badan hukum : 13149/BH/KWK II/VII/97. Tahun 2007 BMT Bismillah bermerger dengan BMT Ngudi Raharjo untuk meningkatkan mutu serta layanannya dan juga peran BMT di daerah Kendal terutama di desa Sukorejo untuk dapat digunakan dengan baik. Sampai dengan 2013, BMT Bismillah telah banyak melakukan penghimpunan lebih dari 11.000 anggota sebagai anggota penabung. Jumlah anggota pembiayaan oleh BMT Bismillah dari tahun 1996 sampai tanggal 21 Februari 2013 menyentuh lebih dari 6.000 anggota. Dari hasil itu digunakan untuk membiayai para pedagang. Hal ini dikarenakan laju modal untuk para pedagang dinilai pesat tetapi ekonomi masih lemah.

Di awal beroperasi BMT Bismillah hanya menjalankan aktivitas simpan pinjam bagi para anggotanya dan hanya menjangkau wilayah Kecamatan Sukorejo serta hanya puluhan orang. Sejalan dengan peningkatan profesionalisme penyelenggaraan aktivitas koperasi, terjadi pula peningkatan anggota yang menyentuh angka ratusan hingga ribuan orang. Dan berkenpansi hingga wilayah kecamatan Sukorejo terus menjangkau hingga kecamatan lain hingga kini sudah melayani daerah di wilayah Kabupaten Kendal dan Temanggung.

Pada tahun 1996, BMT Bismillah memiliki kantor di gedung kontrakan sampai tahun 1996 akhir, Alhamdulillah dapat berkegiatan di kantor pusat di Jl. Raya Sapen No. 10 Sukorejo Kendal. Perkembangan lebih lanjut membeli tanah dan membangun BMC Bismillah di Tlangu RT 03 RW 03 Sukorejo.

Sebagai bentuk perluasan kanal serta pasar di tahun 2000, BMT Bismillah membuka 6 (enam) kantor Cabang dengan persebarannya di wilayah Kabupaten Kendal serta Temanggung. Jaringan KSPPS Bismillah memiliki sekitar enam kantor cabang serta tiga kantor kas seperti tertera dibawah ini.

No	Kantor Cabang	Alamat
1	Kantor Pusat KSPPS Bismillah	: Jl. Sapen No. 10 Lantai 2 Sukorejo
2	Kantor Cabang Sukorejo	: Jl. Sapen No. 10 Lantai 1 Sukorejo
3	Kantor Kas Pembantu Sukorejo	: Jl. Lingkar Selatan Pasar Sukorejo Blok C Sukorejo Kendal
4	Kantor Cabang Ngadirejo	: Jl. Jumo Rejosari Ngadirejo
5	Kantor Kas Pembantu Ngadirejo	: Jl. Raya Ngadirejo Ruko Manggong No. 4 Ngadirejo
6	Kantor Cabang Gemuh	: Jl. Tman Gede Rt 10 Rw 02 Gemuh

- | | | |
|----|----------------------------|--|
| 7 | Kantor Cabang Weleri | : Jl. Stasiun (Sebelah barat pasar) Weleri
Kendal |
| 8 | Kantor Kas Pembantu Weleri | : Jl. KH Ahmad Dahlan No. 47 Weleri |
| 9 | Kantor Cabang Parakan | : Jl. Pahlawan No. 10 Jubuk Parakan |
| 10 | Kantor Cabang Rowosari | : Jl. Bahari No. 18 Rowosari Kendal |

Embrio BMT BISMILLAH diinisiasi dari adanya rasa geisan serta kemiskinan, adanya kesenjangan sosial serta keterbelakangan pada umat islam, serta sistem kapitalis yang dinilai sudah sangat menjiwa serta familier yang berjalan di masyarakat dengan kebanyakan adalah muslim memotivasi para aktivis dakwah untuk terjun melakukan perbaikan pada keadaan. Berkat peran serta motivasi dari DD Republik melalui FES (Forum Ekonomi Syariah), pada tanggal 4 Februari 1996 di daerah Sukorejo yang berlokasi jauh dari kota kabupaten Kendal didirikanlah peresmian entitas LKM BMT Bismillah yang merupakan bagian dakwah ekonomi Islam dari usulan para Da'i penggiat dakwah pedesaan, mempunyai Visi “ Menjadi Lembaga Keuangan Mikro Terpercaya, dilandaskan pada ajaran dan nilai islam, dapat memberikan layanan pada anggota serta masyarakat dan lingkungan serta meraih hidup serta rahmat” serta Misinya adalah “Mengembangkan BMT Bismillah sebagai 3G (Gerakan pembebasan dari ekonomi ribawi, Gerakan Pemberdayaan, dan Gerakan Keadilan)

Menjadi bagian dari Lembaga Keuangan Syariah, BMT BISMILLAH dinilai bertanggung jawab sebagai penggerak peran dan kontribusi masyarakat pada segi sosial, perekonomian, kultur, lingkungan, teknologi serta informasi, juga pemberdayaan perekonomian masyarakat dengan landasan semangat kerjasama

serta profesionalisme dan tetap berprinsip pada sikap kejujuran, kebenaran, keadilan, serta tanggung jawab. Lembaga keuangan Syariah BMT BISMILLAH menjalankan operasional bisnis yang dilandaskan pada konsep bagi hasil/jual beli sebagai bentuk jawaban dari permasalahan serta krisis ekonomi, dan diklaim telah teruji untuk dapat bertahan saat krisis.

Berikut sejumlah akad syariah dilandaskan pada perspektif yakni :

1. Kepercayaan bahwa bunga uang adalah riba serta dilarang oleh syariah.
2. Interaksi yang dilakukan anggota dengan BMT sifatnya setara, sukarela, serta transparan.
3. Pengelolaan BMT perlu terbuka pada kalangan masyarakat juga para anggota tanpa adanya kerahasiaan BMT.
4. Implementasi akad dilandaskan pada syari'ah (terkait profit pembiayaan profit oleh BMT terhadap anggotanya) berpotensi membuat adanya "subsidi silang" antar para pelaku bisnis yang dominan (baca : margin profit yang tinggi) dengan pelaku usaha yang lemah.

Di samping itu sejarah KSPPS Bismillah yang penulis tempati yaitu KSPPS Bismillah Cabang Gemuh. KSPPS Bismillah Cabang Gemuh sebelumnya bertempat di Jl. Soekarno Hatta No. 10 Ds. Karangayu Cepiring yang berdiri pada tahun 2011. Karena pada saat kantor KSPPS Bismillah berada di Cepiring sebagian besar anggotanya KSPPS Bismillah berada di daerah Gemuh dan Pegandon dan juga jalur di Cepiring merupakan jalur pantura yaitu jalur cepat. Maka sedikit sekali orang yang berminat untuk bergabung dengan KSPPS Bismillah. Berhubung

anggota KSPPS Bismillah sebagian dari Pegandon, maka pada tahun 2017 akhir kantor Cabang Cepiring di pindah di Jl. Taman Gede RT 10 RW 02 Gemuh, Kendal.

Di kantor cabang Gemuh KSPPS Bismillah berkembang dengan banyaknya anggota yang berminat, yang sebelumnya di Cabang Cepiring beranggotakan sekitar 30 anggota sekarang di Cabang Gemuh beranggotakan ratusan. Hingga kini banyak anggota yang tersebar di daerah pasar-pasar sekitar Gemuh, Cepiring, Pegandon dan sekitarnya.

Pengurus yang pernah menjabat sebagai Manajer KSPPS Bismillah kantor Cabang Gemuh dari periode awal dibukanya cabang hingga sekarang yaitu :

Tabel 2.1 Masa Jabatan

Nama	Lama Menjabat
Tarmono	1 Tahun masa jabatan
Nur Hidayati	1 Tahun masa jabatan
Yasin Hidayat	2 Tahun masa jabatan
Untung Sujarwadi	1 Tahun masa jabatan
Kuswanto	6 Tahun sampai sekarang masih menjabat sebagai manajer Cabang Gemuh

Sumber : KSPPS BISMILLAH CABANG GEMUH 2021

2.1.2 Identitas Lembaga

Nama : Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Bismillah

Alamat Kantor : JL. Raya Sapen No. 10, Sukorejo, Kendal

Tanggal Berdiri : 4 Februari 1996

No. Badan Hukum : 13149/BH/KWK II/VII/97

2.1.3 Visi, Misi dan Tujuan KSPPS Bismillah

Visi :

Sebagai entitas finansial mikro yang kredibel serta berlandaskan nilai Islam yang dapat memberikan layanan pada anggota serta masyarakat di lingkungannya meraih kehidupan yang rahmat serta kesejahteraan hidup.

Misi :

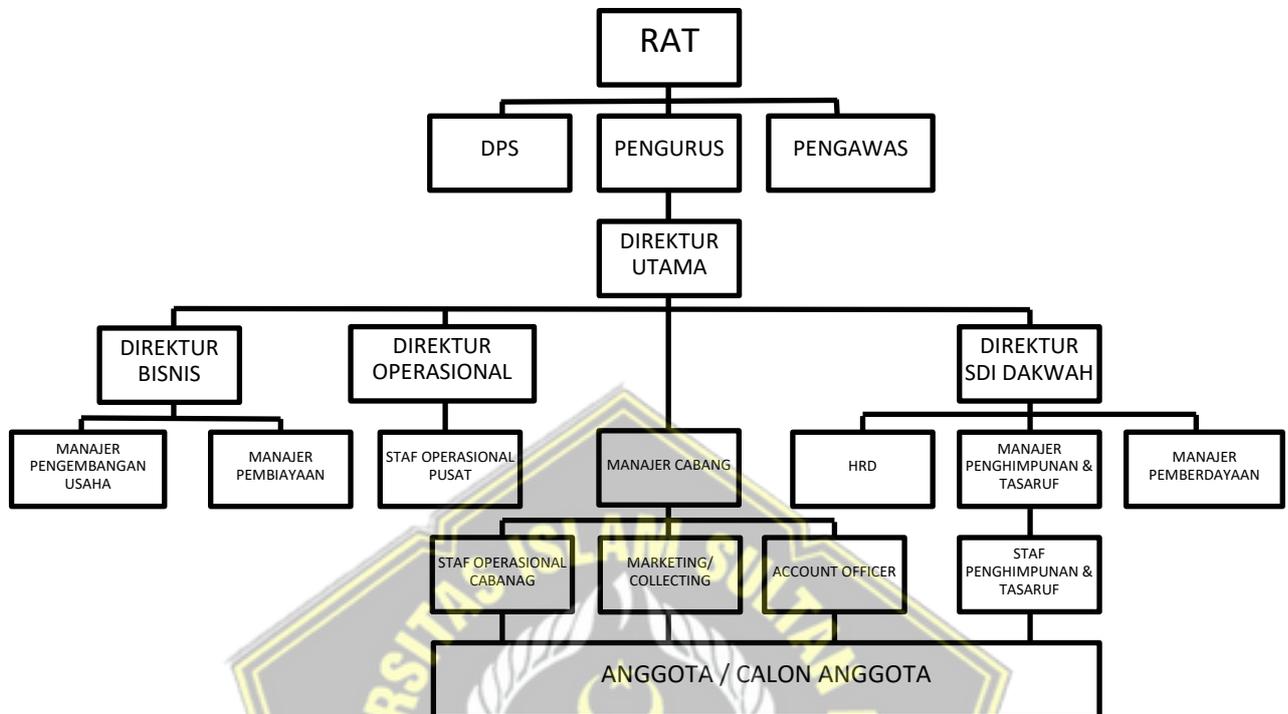
Melakukan pengembangan KSPPS Bismillah menjadi entitas profesional yang dilandaskan pada ajaran dan nilai Islam, Fokus Dakwah pada Ekonomi Islam, Pemberdayaan Masyarakat dengan Baitul Mal serta upaya Pengembangan serta Permodalan Usaha Mikro Kecil.

Tujuan :

1. Memberikan dukungan pada aktivitas ekonomi masyarakat terutama pelaku usaha mikro serta kecil dengan aktivitas menabung serta pendanaan untuk aktivitas perekonomian yang berprinsip syari'ah atau bagi hasil.
2. Meningkatkan kualitas ekonomi bagi usaha mikro dan kecil dalam rangka pencapaian tujuan.
3. Memberikan peningkatan keimanan serta taqwa melalui implementasi prinsip syariah serta muamalah dalam kehidupan.
4. Menjadi entitas finansial mikro syariah BMT menyalurkan dana pembiayaan syariah komersial kepada nasabah usaha mikro kecil.

2.1.4 Struktur Organisasi

Gambar 2.1 STRUKTUR ORGANISASI



Sumber :KSPPS BISMILLAH 2021

Gambar 2.2 STRUKTUR KEPEGAWAIAN CABANG GEMUH



Sumber :KSPPS BISMILLAH 2021

2.1.5 Tugas pokok karyawan KSPPS Bismillah Cab. Gemuh

A. Tugas pokok dari Manajer Cabang Gemuh Kendal adalah sebagai berikut :

- 1) Melakukan penyusunan perencanaan kerja serta dana anggaran Kantor Cabang atas acuan antara lain :
 - a. Mempelajari dan memahami data serta bahan relevan dengan penyusunan rencana kerja serta penetapan anggaran
 - b. Mengumpulkan rencana kerja serta dana anggaran Kantor Cabang serta mengajukan pada atasan
 - c. Menyusun rencana kerja dan anggaran Kantor Cabang dan mengajukannya pada atasan
- 2) Mengorganisir, melaksanakan serta melakukan pengendalian pada operasional bisnis inti :
 - a. Mengkoordinasikan penentuan taksiran serta dana pinjaman berdasarkan otoritas
 - b. Melakukan koordinasi penyelenggaraan pelunasan dana pinjaman serta dana dari usaha sewa modal
- 3) Merencanakan, mengkoordinasikan, melaksanakan, serta kendali pada operasional bisnis lain :
 - a. Melakukan koordinasi taksiran serta dana taksiran berdasarkan kewenangannya.
 - b. Mengkoordinasikan pelaksanaan kewenangannya mengendalikan usaha dan bisnis mandiri lainnya.

- 4) Mengkoordinasikan, merencanakan, melaksanakan, serta melakukan pengendalian barang jaminan yang memiliki masalah :
 - a. Melakukan penyelesaian atas barang jaminan bermasalah .
 - b. Mengkoordinasikan pemberlakuan taksiran ulang produk dari jaminan bermasalah (taksiran tinggi serta rusak, palsu serta polisi)
 - c. Mengkoordinasikan penatausahaan barang jaminan bermasalah
 - d. Mengkoordinasikan pelaporan barang jaminan bermasalah
- 5) Membuat perencanaan, koordinasi, penyelenggaraan, serta lelang barang jaminan :
 - a. Mengumpulkan serta mempelajari barang jaminan yang tengah melebihi dari waktu jatuh tempo.
 - b. Menentukan besar taksiran harga jual untuk lelang.
 - c. Melaksanakan lelang dan koordinasi penatausahaan dan pelaporan hasil lelang.
- 6) Merencanakan, mengkoordinasikan, melaksanakan serta melakukan pengendalian pengelolaan modal kerja :
 - a. Koordinasi pas modal kerja.
 - b. Mengkoordinasikan pengalokasian modal kerja.
 - c. Mengendalikan arus kas.
- 7) Melakukan perencanaan, mengkoordinasikan, pelaksanaan, serta pengendalian pemasaran serta layanan bagi anggota :

- a. Melakukan koordinasi sarana serta aktivitas promosi, publikasi bisnis serta lainnya.
 - b. Menumbuhkan relasi yang baik dengan anggota serta entitas berkepentingan
 - c. Melakukan pengawasan serta evaluasi pemasaran dan publikasi bisnis inti serta bisnis lainnya
- 8) Mengkoordinasi tugas pekerjaan bawahan :
- a. Membagikan serta memberikan tugas kepada bawahan
 - b. Mengarahkan tugas pekerjaan bawahan.
 - c. Melakukan evaluasi pada tugas pekerjaan bawahan.
 - d. Memintakan laporan implementasi tugas pekerjaan bawah.
- 9) Membimbing bawahan dalam rangka pembinaan pegawai :
- a. Menyediakan peluang bawahan untuk menambah wawasan serta pengetahuan juga kapabilitas.
 - b. Menegakkan disiplin dan meningkatkan produktivitas pegawai.
 - c. Menilai atas implementasi tugas pekerjaan bawahan.
- 10) Menyelenggarakan penatausahaan serta laporan kantor cabang :
- a. Mengevaluasi bahan terkait aktivitas operasional kantor cabang.
 - b. Mengkoordinasikan penyusunan laporan kantor cabang.
 - c. Melaporkan peningkatan pada operasional yang berkelanjutan serta menyampaikan pada pihak atasan.

B. Tugas pokok seorang teller pada KSPPS Bismillah Cab. Gemuh adalah sebagai berikut :

- 1) Menerima pelunasan serta dana pinjaman dari anggota menyesuaikan ketentuan yang diberlakukan
- 2) Melayani penyetoran simpanan uang dari anggota
- 3) Melayani penarikan simpanan
- 4) Melayani transfer
- 5) Memeriksa dana kas
- 6) Melakukan perhitungan atas transaksi harian seperti dengan komputer, dengan kalkulator, atau pada mesin penghitung
- 7) Merapikan arsip
- 8) Membuat akad pembiayaan
- 9) Menerima uang tunai untuk deposit, memverifikasi jumlah
- 10) Menerima laporan marketing dan rekapan
- 11) Memeriksa keakuratan slip setoran
- 12) Membuat laporan keuangan untuk dikirim ke kantor pusat
- 13) Membuat rekapan harian
- 14) Menghitung uang pembiayaan yang masuk

C. Tugas pokok staf baitul maal pada KSPPS Bismillah Cab. Gemuh adalah sebagai berikut :

- 1) Menyalurkan tasaruf beras kepada warga yang kurang mampu.
- 2) Mengkoordinasi galang dana.
- 3) Mengkoordinasi program nasi gratis.
- 4) Menyalurkan alokasi dana harta ibadah misal dana zakat, dana untuk infaq, dana untuk sedekah, serta dana wakaf.
- 5) Membuat laporan kegiatan untuk dikirimkan ke pusat.
- 6) Melakukan survey lokasi untuk mengadakan suatu kegiatan.
- 7) Melakukan survey lokasi terhadap calon penerima bantuan.
- 8) Menyusun rencana kegiatan baitul maal.

D. Tugas pokok marketing pada KSPPS Bismillah Cab. Gemuh adalah sebagai berikut :

- 1) Melakukan pencarian dana dari anggota dan serta dari penyimpan sertifikat saham dengan optimal.
- 2) Melakukan penarikan angsuran dan setoran tabungan
- 3) Melakukan penyusunan rencana pendanaan.
- 4) Melakukan penerimaan atas permohonan pembiayaan
- 5) Menjalankan survey terhadap calon penerima pembiayaan
- 6) Menganalisa pembiayaan
- 7) Memberikan keterangan persetujuan pembiayaan
- 8) melakukan administrasi pembiayaan

2.1.6 Produk – produk dan Sistem Syariah di Lembaga Keuangan KSPPS

Bismillah

KSPPS Bismillah diartikan sebagai Lembaga Keuangan dengan landasan pedoman syari'ah. Raga, produk KSPPS Bismillah dibedakan kedalam dua bagian yakni ada produk Maal serta produk Tamwil kedua produk tersebut merupakan kegiatan pengelolaan dana yang bertujuan menghimpun serta menyalurkan langsung dana kepada masyarakat, macam - macam produk antara lain:

1. Produk Maal

Di Dalam produk maal terdapat dua jenis produk yaitu produk penghimpun dan produk tasarruf.

➤ Produk Penghimpun

Pada produk penghimpun kegiatan penunjang produknya yaitu dengan cara mengadakan kegiatan pengajian ahad pagi. Macam – macam produknya yakni :

- Zakat maal
- Infaq dan Shodaqoh
 - Infaq Pengajian
 - Paket Ramadhan
 - Posko Peduli Bencana
 - Kotak Peduli Kemanusiaan
 - Omplong, DLL
- Wakaf
 - Wakaf Tanah
 - Wakaf Tunai
 - Wakaf Masjid
- Qurban

➤ Produk Tasarruf

Macam – macam produknya adalah sebagai berikut :

- Santunan Produktif

- QH Produktif
- Pemberdayaan Individu
- Pemberdayaan Kelompok
- Santunan Konsumtif
 - Santunan Beras Rutin
 - Beasiswa
 - Bedah Rumah
 - Paket Ramadhan

2. Produk Tamwil

Di Dalam produk Tamwil terdapat tiga jenis produk yaitu produk simpanan, produk pembiayaan, serta pelayanan haji dan umrah.

➤ Produk Simpanan

Macam – macam produknya adalah sebagai berikut :

- Simpanan Mudharabah
 - Simpanan Bismillah
 - Simpanan Haji dan Umrah
 - Simpanan Qurban
 - Simpanan Pendidikan
 - Simpanan Berjangka / Deposito
- Simpanan Wadiah
 - Simpanan Amanah
 - Simpanan Wisata
- Ta'awun
 - Ta'awun Qurban
 - Ta'awun Motor

➤ Produk Pembiayaan

Macam – macam produknya adalah sebagai berikut :

- Jual Beli
- Kerjasama Usaha
- Sewa dan Gadai

- Hutang

➤ Pelayanan Haji dan Umrah

Adapun syarat dan ketentuan yang diterapkan oleh KSPPS Bismillah mengenai produk simpanan, produk pembiayaan, serta pelayanan ibadah haji serta ibadah umrah.

1) Produk Simpanan

➤ Syarat Melakukan Pembukaan Rekening

- Fotocopy KTP
- Bagi yang belum sebagai anggota
 - a. Melakukan pembayaran dana simpanan pokok Rp. 50.000
 - b. Membubuhkan cap jempol di buku anggota
 - c. Menyetorkan simpanan pertama

➤ Ketentuan Pada Produk Simpanan

- Simpanan Bismillah
 - a. Bisa setor dan dapat diambil sewaktu-waktu
 - b. Nisbah 75 : 25
- Simpanan Haji dan Umrah
 - a. Setor sewaktu-waktu diambil saat mendaftar haji atau umrah
 - b. Nisbah 63 : 37
- Simpanan Qurban
 - a. Setor sewaktu-waktu diambil untuk membeli qurban
 - b. Nisbah 65 : 35
- Simpanan Pendidikan/Tarbiyah
 - a. Setor sewaktu-waktu diambil minimal setelah 1 tahun
 - b. Nisbah 57 : 43
- Simpanan Amanah
 - a. Setoran sewaktu-waktu diambil sewaktu-waktu
 - b. Tanpa bagi hasil (simpanan wadiah)

- Simpanan Wisata
 - a. Setor setiap bulan dengan jumlah yang ditentukan
 - b. Tidak ada bagi hasil ke anggota
 - c. Berhadiah wisata gratis transportasi, tiket dan makan
- Simpanan Berjangka 3 Bulan
 - a. Nisbah 45 : 55
 - b. Bagi hasil setiap bulan
- Simpanan Berjangka 6 Bulan
 - a. Nisbah 47 : 53
 - b. Bagi hasil setiap bulan
- Simpanan dalam Berjangka 12 Bulan
 - a. Nisbah 50 : 50
 - b. Bagi hasil setiap bulan
- Penyertaan
 - Bagi hasil dari SHU pada akhir tahun
- Ta'awun Qurban
 - a. Arisan hewan qurban dengan prinsip ta'awun
 - b. Anggota 4/5 orang
 - c. Besar ta'awun menyesuaikan harga domba
 - d. Tiap tahun berqurban untuk 1 orang bergiliran
- Ta'awun Motor Armot
 - a. Arisan motor dengan prinsip ta'awun
 - b. Anggota 48 orang
 - c. Besar ta'awun menyesuaikan harga motor
 - d. Tiap bulan lelang 1 motor
 - e. Sisa/kelebihan uang ta'awun dibagi sesuai porsi lelang

2) Produk Pembiayaan

➤ Syarat Pengajuan Pembiayaan

- Bagi yang belum menjadi anggota

- Membayar simpanan pokok Rp. 50.000
 - Membubuhkan cap jempol di buku anggota
 - Fotocopy KTP
 - Fotocopy KK
 - Fotocopy Surat Nikah
 - Fotocopy Agunan
 - Fotocopy Bukti Pembayaran PBB
 - Fotocopy Rekening Listrik/PDAM
 - Syarat Lain Jika Diperlukan
- 3) Layanan Haji
- Syarat dan Ketentuan
 - Kerjasama dengan bank penyedia layanan
 - Mengumpulkan berkas persyaratan
 - Full service
 - Paspur dan visa
 - Pengantaran pendaftaran
 - Pengantaran vaksinasi
 - DII
 - Membayar biaya administrasi
 - Melunasi biaya validasi Rp. 25.000.000
- 4) Talangan Haji
- Syarat dan Ketentuan
 - Biaya administrasi Rp. 100.000
 - Plafond Rp. 25.000.000
 - Jangka waktu 3 tahun
- 5) Bismillah Umroh Travel
- Syarat dan Ketentuan
 - Kerjasama dengan PBMT Travel
 - Full service passport dan visa
 - Hotel bintang 4
 - Manasik dan bimbingan dari awal sampai akhir

- Harga menyesuaikan
 - Tersedia program talangan umroh
- 6) Talangan Umrah
- Syarat dan Ketentuan
 - Jangka waktu 12 bulan
 - Jumlah talangan maksimal 15 juta
 - Fotocopy KTP suami dan istri
 - Fotocopy KK
 - Fotocopy surat nikah
 - Fotocopy agunan
 - Surat keterangan penghasilan / slip gaji

KSPPS Bismillah merupakan Entitas Finansial yang berlandaskan ajaran dan pedoman syari'ah oleh karena itu diterapkannya prinsip bagi hasil yang meliputi:

- ❖ Upaya menentukan bagi hasil disepakati dalam waktu akad yang berprinsip pada potensi untung serta rugi.
- ❖ Jumlah dari bagi hasil akan dilandaskan pada jumlah keuntungan yang diperoleh.
- ❖ Kuantitas bagi hasil mengalami peningkatan, sejalan dengan kuantitas pendapatan.
- ❖ Tidak ada yang merugikan bagi hasil.

Pada KSPPS Bismillah pengelolaan dananya pun menggunakan prinsip syariah dengan menerapkan akad – akad syariah. Akad yang sering digunakan untuk pembiayaan di dalam KSPPS Bismillah adalah akad Murabahah serta Akad Musyarakah. Akad Murabahah sendiri untuk pembiayaan jual beli, ada Murabahah

murni dan Murabahah campuran. Sedangkan Musyarakah untuk pembiayaan investasi petani.



2.1.7 Peraturan Kerja di KSPPS Bismillah

Performa Karyawan Pria

- Memakai pakaian bersih, rapi, dan sesuai ketentuan
- Memakai ID Card
- Memakai sepatu kerja
- Tata rambut pendek dan rapi
- Jika memelihara kumis atau jenggot harus dipotong rapi
- Tidak diperkenankan memakai make up

Aksesoris Pria

- Karyawan pria hanya diperkenankan memakai aksesoris jam tangan
- Tidak diperkenankan memakai kalung, gelang, anting-anting, cincin emas, dll

Performa Karyawan Wanita

- Memakai pakaian bersih, rapi dan sesuai ketentuan
- Pakaian longgar dan tidak membentuk lekuk tubuh, tidak ketat dan tidak transparan
- Baju atas harus panjang menutup pantat
- Pakaian bawah harus memakai rok
- Jilbab dijulurkan menutup dada
- Rambut tidak boleh menyembul keluar jilbab
- Memakai ID Card
- Memakai kaos kaki dan sepatu kerja minim hiasan
- Hak sepatu maksimal 3 cm

Aksesoris Wanita

- Aksesoris yang diperkenankan jam tangan, cincin dan gelang dengan model yang sederhana dan tidak mencolok
- Tidak diperkenankan memakai gelang kaki

Tata Rias Karyawan Wanita

- Menggunakan make up simple, Fresh, dan Natural
- Jika memakai lipstik harus serasi dan disesuaikan dengan warna bibir, tidak menor/mencolok dengan nuansa wajar tidak terlalu tebal
- Tidak diperkenankan bermake up tebal, menor dan berlebihan.

Jam Kerja

Masuk : 07.30 Wib serta Pulang : 16.00 WIB



2.2 Aktivitas Magang

2.2.1. Bentuk dan Jenis Kegiatan Magang

Kegiatan atau aktivitas magang ini termasuk salah satu dalam program Merdeka Belajar Kuliah Merdeka, program yang dicetuskan oleh Nadiem Makarim sebagai Menteri Pendidikan, Kebudayaan, serta Riset Teknologi dalam kabinet Indonesia Maju.

Kegiatan magang merdeka belajar kuliah merdeka ini merupakan bentuk kerjasama antara Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung dengan PBMTI Institute (Perhimpunan Baitul Maal Wa Tamwil Indonesia). Penulis sendiri ditempatkan di KSPPS Bismillah Cabang Gemuh, Kabupaten Kendal. Keramahan, bimbingan , serta kerjasama antara karyawan KSPPS Bismillah merupakan salah satu yang berkesan positif bagi penulis.

Selama Magang penulis melakukan aktivitas yang linier dengan hal yang menjadi perintah. Sebelum aktivitas dijalankan, harus dimulai dengan doa dan tadarus bersama terlebih dahulu dan kemudian penulis dibimbing oleh pengelola Kantor KSPPS Bismillah Cabang Gemuh dengan tujuan supaya pekerjaan dapat dijalankan dengan sebaik baik, sempurna serta mendatangkan manfaat.

Penulis memperoleh berbagai saran dan masukan, wawasan serta pengalaman kerja yang bermanfaat dari pihak pengelola serta para pegawai KSPPS Bismillah Cabang Gemuh.

Dalam pelaksanaannya KSPPS Bismillah sangat disiplin untuk membimbing serta mengarahkan tugas apa saja yang perlu dilakukan oleh penulis. Dibuktikan dengan kinerja karyawannya yang memberikan contoh dalam sikap pekerjaan.

Datang sesuai jadwal peraturan yang ada dan bekerja sesuai tugas pokoknya masing-masing.

Selama melaksanakan kegiatan magang di KSPPS Bismillah Cabang Gemuh, penulis diberi kesempatan dan amanah bukan hanya satu bidang tapi diajarkan dalam 3 bidang sekaligus, ketiga bidang tersebut yaitu sebagai Marketing, sebagai Teller, dan Staf Baitul Maal.

Adapun bentuk kegiatan magang yang penulis lakukan selama kegiatan magang pada bidang Marketing yaitu :

1. Turun langsung kelapangan seperti di pasar, dan kerumah warga.
2. Melakukan kegiatan penarikan angsuran pembiayaan terhadap anggota.
3. Melakukan kegiatan penarikan setoran tabungan seperti simpanan bismillah.
4. Menawarkan simpanan atau pembiayaan kepada masyarakat.
5. Membantu menghitung uang pembayaran anggota yang akan disetorkan kepada teller untuk di input kedalam sistem komputer.

Penulis juga melakukan pekerjaan pada bidang Teller pada bidang ini dibutuhkan ketelitian serta menerapkan sikap yang ramah tamah karena akan berhadapan langsung dengan anggota. Kegiatannya yaitu sebagai tempat pelayanan, pembayaran, dan setoran bagi anggota, yang penulis lakukan pada bidang tersebut yaitu :

1. Melakukan pelayanan terbaik terhadap anggota yang akan melakukan transaksi seperti setoran tabungan maupun angsuran pembiayaan.

2. Membantu dalam penulisan slip pembiayaan, setoran, maupun pengambilan.
3. Merekap hasil transaksi simpanan, penarikan, dan pembiayaan yang dilakukan setiap hari.
4. Membantu dalam kegiatan menghitung serta menata uang pembayaran yang masuk.

Selain kedua bidang tersebut, penulis juga melakukan pekerjaan pada bidang Staf Baitul Maal, yang penulis lakukan pada bidang tersebut yaitu :

1. Selama bulan ramadhan diadakannya kegiatan paket ramadhan yaitu memberi sembako kepada warga yang kurang mampu (kaum dhuafa) dan juga diadakannya program bingkisan tokoh yaitu anggota yang telah membantu program BMT Bismillah. Disini penulis ikut serta dalam pembagian paket ramadhan serta bingkisan tokoh tersebut.
2. KSPPS Bismillah ikut andil dalam membantu negara palestina dengan diadakannya program galang dana, penulis ikut serta dalam pelaksanaan kegiatan tersebut lokasi galang dana berada di pasar pegandon sasaran nya yaitu penjual yang berada di pasar tersebut.
3. Dengan adanya program nasi ambyar (berbagi nasi gratis untuk masyarakat sekitar) yang di adakan setiap hari jum'at maka penulis membantu agar kegiatan tersebut berjalan dengan baik yaitu ikut serta mengambil nasi yang berada di tempat para donatur.

2.2.2. Prosedur Kerja

Selama mengikuti kegiatan magang di KSPPS Bismillah tentulah diharuskan tetap berpatuh pada tata tertib serta peraturan seperti halnya :

1. Mulai masuk jam kerja yaitu pukul 07.30 hingga pulang dari bekerja pada pukul 16.00.
2. Hari kerja Senin hingga hari Sabtu , sementara untuk hari minggu hari libur
3. Jam tutup kas yaitu pukul 14.00
4. Setiap hari Rabu pon diadakan kajian atau pengajian bersama ustadz di kantor KSPPS Bismillah Cabang Gemuh.
5. Mengenakan pakaian rapi dan sopan, mengenakan sepatu, serta jas almamater Universitas.
6. Menjaga nama baik KSPPS Bismillah dan nama baik Universitas Islam Sultan Agung.

Waktu Kegiatan Magang Program MB-KM di KSPPS Bismillah dilaksanakan selama satu semester (6 bulan) tetapi penulis melaksanakan program magang ini terhitung mulai tanggal 03 Mei – 15 Juli. waktu bekerja hingga enam hari (Senin – Sabtu).

Ketentuan Kerja di KSPPS BISMILLAH CABANG GEMUH sebagai berikut :

Tabel 2.2 Prosedur Kerja

Hari Kerja	Jam Kerja	Istirahat
Senin - Kamis	07.30 – 16.00	12.00 – 13.00
Jum'at	07.30 – 16.00	11.00 – 13.00
Sabtu	07.30 – 14.00	12.00 – 13.00

Sumber : Observasi penulis

BAB III

IDENTIFIKASI MASALAH

3.1 Identifikasi Permasalahan

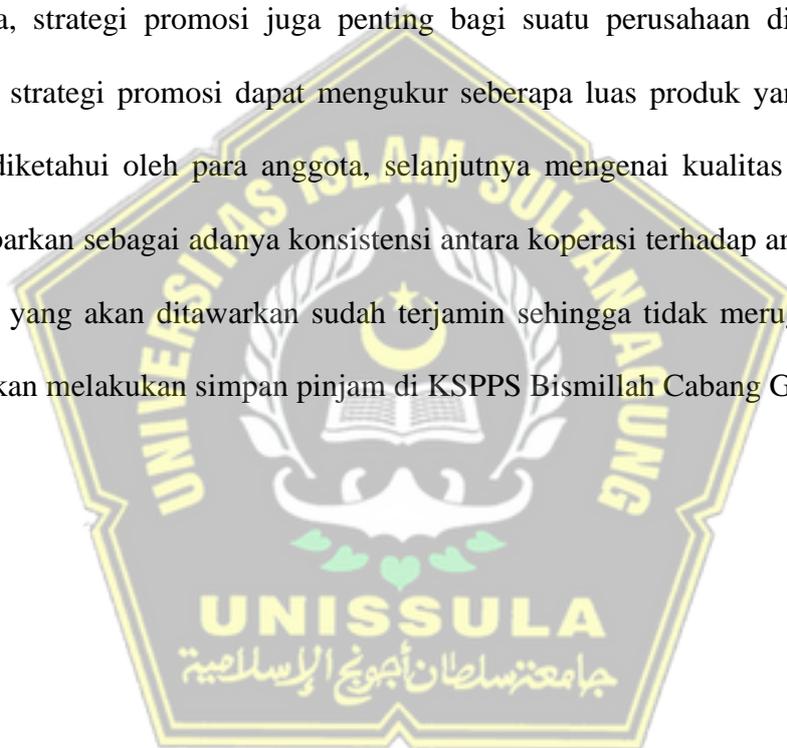
Permasalahan sering kali ditemukan di suatu lembaga, organisasi, hingga perusahaan, permasalahan juga ditemukan dari apapun dan dimanapun baik dari dalam tubuh perusahaan atau bahkan masalah yang datang dari luar perusahaan. Setiap permasalahan yang ada tentu perlu diberikan solusi dengan harapan dapat menghilangkan atau meminimalisir ukuran permasalahan tersebut.

Arus globalisasi yang bergerak sangat cepat dimana segala informasi, komunikasi, dan teknologi dapat didapatkan dengan mudah. Era digitalisasi yang kian merajalela semua yang serba online dan digital mengharuskan setiap orang harus pandai dan cerdas dalam beradaptasi, terkhusus dalam dunia pemasaran atau biasa disebut *marketing* dimana di zaman sekarang harus cerdas dalam memutar otak karena persaingan bukan lagi secara tatap muka atau biasa disebut *offline* tetapi juga banyak pesaing secara online. Ramainya pinjol (Pinjaman Online) dengan segala kemudahannya dalam memperoleh pinjaman, dan ada juga trading serta crypto yang menjadikan orang – orang meninggalkan meminjam, menyimpan uangnya di bank maupun koperasi.

Ditemukan permasalahan yang menjadi sebuah tantangan di tempat magang penulis yaitu di KSPPS Bismillah Cabang Gemuh mengenai kurangnya minat anggota dalam melakukan simpan pinjam hal tersebut dapat dibuktikan melalui data produk atau output simpanan yang banyak digemari oleh para anggota yaitu pada simpanan bismillah sedangkan pada simpanan lainnya kurang diminati. Kemudian

dalam realisasi pembiayaan marketing mengalami masalah yaitu tidak tercapainya target yang disebabkan oleh para anggota dalam pembiayaan hanya meminjam dengan nominal yang kecil.

Minat anggota dinilai sebagai variabel yang penting pada proses pemasaran, minat dinilai turut memberikan pengaruh pada anggota dalam terkait proses penentuan keputusan terkait melakukan simpan pinjam. Selain minat anggota, strategi promosi juga penting bagi suatu perusahaan dimana dengan adanya strategi promosi dapat mengukur seberapa luas produk yang ditawarkan dapat diketahui oleh para anggota, selanjutnya mengenai kualitas produk dapat digambarkan sebagai adanya konsistensi antara koperasi terhadap anggota dimana produk yang akan ditawarkan sudah terjamin sehingga tidak merugikan anggota yang akan melakukan simpan pinjam di KSPPS Bismillah Cabang Gemuh.



3.2 Alasan Pemilihan Masalah

Selama penulis melakukan kegiatan magang disertai observasi di tempat magang dan melakukan wawancara dengan pihak KSPPS Bismillah Cabang Gemuh penulis banyak menemukan permasalahan namun penulis membatasi beberapa permasalahan saja agar fokus terhadap masalah yang dipilih maka penulis lebih memilih permasalahan tentang produk simpanan dan target realisasi pembiayaan tiap marketing.

Di tengah persaingan dan kemunculan banyak entitas finansial lain yang bersifat non bank dan terus berkembang, dapat mempengaruhi minat anggota untuk memilih melakukan simpan pinjam pada koperasi yang memiliki kualitas produk terbaik. Peran marketing sangat dibutuhkan dalam hal melakukan promosi dan terus meningkatkan strategi pemasaran. Dengan kondisi seperti sekarang ini koperasi harus terus berinovasi agar dapat bersaing dengan lembaga – lembaga keuangan lainnya terlebih ditengah pandemi banyak munculnya permasalahan baru, maka marketing perlu mengubah strateginya supaya target realisasi pembiayaan dapat terus tercapai dan minat anggota dalam melakukan simpanan maupun pinjaman dapat semakin bertambah. Dalam memperkenalkan produk – produk simpanan tentunya marketing harus semakin gencar dalam mempromosikannya supaya tidak hanya satu produk saja yang banyak diminati oleh anggota namun menyeluruh. Maka dari uraian diatas yang menjadi alasan penulis ingin meneliti mengenai hal tersebut.

BAB IV

KAJIAN PUSTAKA

4.1 Landasan Teori

4.1.1. Strategi Promosi

Produk telah diproduksi, harga telah ditentukan, serta tempat (lokasi dan layout telah tersedia), mengartikan bahwa produk siap untuk diperjualbelikan. Supaya produk dapat diterima oleh pasar atau dalam hal ini adalah nasabah, mereka harus mengenal atau mengetahui eksistensi produk tersebut, baik dari segi manfaat, penetapan harga, tempat produk dapat ditemukan serta keunggulan daripada produk kompetitor. Upaya untuk menyampaikannya adalah dengan pengadaan kegiatan promosi. Bahwa nantinya tetap keputusan final koperasi perlu untuk melakukan promosi produk kepada anggota. Santi, E. N. (2019).

Promosi dinyatakan sebagai bagian dari marketing mix dengan peran yang penting. Promosi diartikan sebagai bentuk ekspresi atau ungkapan secara luas terkait aktivitas-aktivitas yang aktif dijalankan perusahaan dengan tujuan dapat menggerakkan konsumen untuk melakukan pembelian produk. Promosi identic dengan istilah bauran promosi. Bauran promosi diartikan sebagai gabungan strategi dari berbagai variabel periklanan, penjualan individu, serta bentuk promosi lain, dengan tujuan mencapai target program penjualan. Promosi juga menentukan sukses tidaknya implementasi dari program pemasaran. Sebagus apapun sebuah produk, jika pasar atau konsumen tidak mengenal atau mendengar tentang produk tersebut tentu tidak akan berguna dan mereka tidak akan melakukan pembelian. Fadhila, O. N. (2015). Sedangkan menurut Wulandari, D. (2019) Promosi adalah

wujud aktivitas dengan upaya menyampaikan pada calon pelanggan tentang atensi, edukasi, serta meyakinkan mereka terkait produk yang ditawarkan.

Strategi promosi berupa upaya merencanakan, mengimplementasikan, serta mengendalikan, komunikasi dari entitas kepada para target audiens dari produk. Strategi ini menggabungkan sarana iklan, penjualan personal, promosi, publisitas, relasi dengan publik serta pemasaran pada sebuah program serta upaya menjalin komunikasi dengan pihak berkepentingan dengan tujuan dapat memberikan pengaruh pada proses keputusan pembelian. Azizah, N (2010) yang dikutip Lingga Purnama (2004 hal 150).

Menurut Azizah N (2010), yang dikutip dari Fandy Tjiptono (1997 hal 233 – 254) terdapat enam strategi pokok pada promosi, antara lain :

1. Strategi Pengeluaran Promosi Anggaran

Promosi adalah bentuk program pemasaran. Tetapi tetap tidak ada standar atau acuan yang pasti terkait sebesar apa pengeluaran untuk aktivitas ini. Salah satu alasannya yakni dikarenakan pengeluaran untuk agenda promosi sangat beragam dilihat dari produk atau kondisi pada pasar. Walaupun diujani banyak tantangan terkait penentuan dana anggaran untuk promosi, banyak praktisi yang menciptakan rule-of thumb untuk tujuan menentukan besaran biaya yang keluar untuk promosi, diantaranya:

1. Marginal Approach

Pendekatan ini menyampaikan jika pengeluaran optimal pada setiap metode promosi yang dijalankan bergantung pada keadaan $R=MC$ (Marginal Revenue=Marginal Cost)

2. Breakdown Method

Metode ini meliputi :

1. Percentage- Of- Sales Approach

Menentukan besaran anggaran untuk agenda promosi dilandaskan pada persentase dari hasil penjualan (tahun lalu atau prediksi penjualan di tahun depan) atau dari harga jual. Pendekatan ini dinilai cukup sederhana, mudah untuk dicerna serta lebih fleksibel untuk pengeluaran

2. Affordable Method

Anggaran untuk kegiatan promosi dilandaskan pada perkiraan manajemen terkait kapabilitas finansial dari perusahaan.

3. Return- On- Investment Approach

Disini dijelaskan bahwa pengeluaran promosi adalah bentuk dari investasi. Maka dari itu, anggaran untuk promosi dapat dilakukan dengan perbandingan tingkat return yang diharapkan dengan return yang diinginkan.

4. Competitive- Parity Approach

Disini anggaran promosi harus menyesuaikan atau sama dengan dana alokasi promosi dari kompetitor.

3. Build- Up Method

Penetapan dana untuk kegiatan promosi melalui penentuan tujuan dari iklan, personal selling, serta adanya sales promotion dari setiap lini produk, berbagai tugas dijalankan serta biaya untuk mewujudkan berbagai tujuan. Kuantitas atas biaya total dari tugas-tugas ini diartikan sebagai biaya promosi perusahaan.

2. Strategi Bauran Promosi

Strategi yang bertujuan menekankan distribusi secara optimal dari setiap metode dari kegiatan promosi. Tugas tersebut cukup sulit dikarenakan efektifitas setiap metode adalah berbeda serta yang repot, setiap metode terkadang bersifat tumpang tindih.

3. Strategi Pemilihan Media

strategi ini bertujuan untuk memilah dan memilih media sebagai pendukung kampanye iklan dengan tujuan menggerakkan pelanggan yang awalnya tidak tahu atau menjadi tahu, paham, menentukan sikap, serta melakukan pembelian produk. Media disini berupa kanal informasi terkait pesan komersial untuk masyarakat Media contohnya seperti kabar, majalah, TV, radio, media luar ruang, iklan transit, serta direct mail. Pemilihan ini ditentukan oleh sejumlah faktor seperti ciri produk, jenis pesan, pasar sasaran, luas serta distribusi, anggaran, strategi iklan kompetitor, serta keunggulan, dan kekurangan media itu sendiri.

4. Strategi Copy Iklan

Copy iklan isi dari iklan. Copy ini membantu menyampaikan isi dari manfaat produk serta alasan mengapa pelanggan harus melakukan pembelian. Copy dinyatakan efektif jika bersifat atraktif, khusus, dapat lebih mudah dimengerti, singkat, kredibel, sesuai dengan keinginan pembaca, serta bersifat persuasif. Maka dari itu copy dinilai dapat menyampaikan pesan dari pengiklan. Disini pengiklan harus inovatif untuk menyatukan gaya, bunyi, kata-kata, dan format pesan. Pesan-pesan yang akan disajikan dalam gaya penyampaian yang berbeda-beda sesuai dengan pesan yang akan disampaikan.

5. Strategi Penjualan

Upaya memindahkan letak pelanggan atas pembelian (pada pengambilan keputusan) melalui penjualan secara tatap muka.

6. Strategi Motivasi dan Penyediaan Tenaga Penjual

Wiraniaga dapat digerakkan dengan adanya sistem pemberian penghargaan baik dengan wujud finansial maupun non finansial. Motivasi secara finansial seperti uang. sementara non finansial dapat berupa evaluasi kerja.

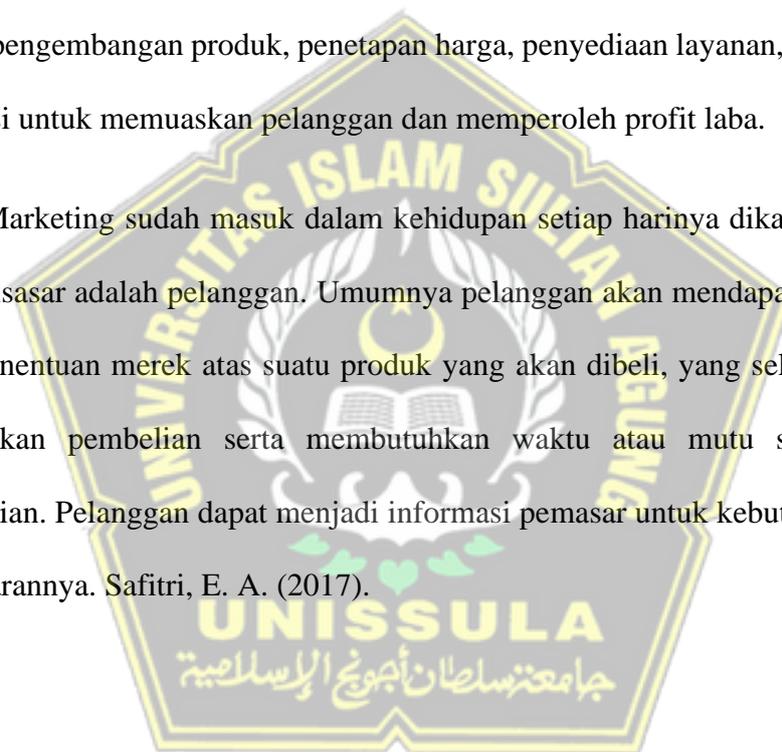
Penyediaan diperlukan untuk menjamin dan mengendalikan kinerja sales people untuk tetap bekerja dengan baik, meletakkan sales people pada tempat kerja yang tepat, menyediakan program pelatihan, serta untuk saluran komunikasi dari atas ke bawah dan tetap memastikan sales people bekerja dengan baik, penyedia harus mengawasi aktivitas mereka.

4.1.2. Marketing

Marketing diartikan sebagai rangkaian aktivitas yang dijalankan dengan tujuan menyediakan dan menjawab kebutuhan pelanggan melalui produksi produk, penentuan harga, lokasi penjualan serta promosi produk pada pelanggan.

Definisi lain yakni sebuah kombinasi dari berbagai aktivitas yang terikat dengan tujuan dapat mengerti dan menyediakan kebutuhan dari pelanggan sebagai upaya pengembangan produk, penetapan harga, penyediaan layanan, serta kegiatan promosi untuk memuaskan pelanggan dan memperoleh profit laba.

Marketing sudah masuk dalam kehidupan setiap harinya dikarenakan objek yang disasar adalah pelanggan. Umumnya pelanggan akan mendapatkan sejumlah opsi penentuan merek atas suatu produk yang akan dibeli, yang selanjutnya akan melakukan pembelian serta membutuhkan waktu atau mutu selama proses pembelian. Pelanggan dapat menjadi informasi pemasar untuk kebutuhan kegiatan pemasarannya. Safitri, E. A. (2017).



4.1.3. Kualitas Produk

Kualitas diklaim sebagai keadaan produk yang dinilai dapat menjawab apa yang dibutuhkan pelanggan yang mengkonsumsinya, maka dari itu kebutuhan yang sifatnya dinamis yakni terkait dengan produk, jasa, manusia, proses serta lingkungan yang sesuai atau bahkan lebih dari apa yang diharapkan oleh pelanggan nasabah. Feigenbaum beranggapan bahwa kualitas diklaim sebagai bentuk kepuasan pelanggan secara utuh (*full customer satisfaction*). Putri, N. Z. (2021). Dalam M. Nur Nasution (2004 hal 41).

Kualitas produk dinilai penting untuk memilih produk. Produk haruslah teruji dengan asli serta memiliki mutu yang unggul dan jelas dikarenakan pelanggan banyak yang mengutamakan kualitas dari suatu produk.

Perspektif terkait kualitas produk didasarkan pada konsep produk. Perusahaan berupaya memberikan produk terbaik mereka untuk pelanggan. Produk diproduksi terbaik jika (1) dapat menjalankan fungsi dengan lebih baik dibandingkan dengan produk kompetitornya, (2) memiliki styling baik, atau (3) memberikan pelanggan tingkatan layanan unggul. Setyaningrum. M (2019) seperti dikutip Tony Wijaya (2011 hal 20).

Menurut Fandy Tjiptono (2012) yang dikutip dari Khodiro (2015) tentang teori daya tarik terhadap kualitas suatu produk adalah sebagai berikut.

1. kualitas produk
2. reliabilitas
3. fitur secara teknis

4. fitur performa yang spesifik
5. kapabilitas menyesuaikan dengan spesifikasi pelanggan personal
6. kompabilitas dengan produk serta sistem yang telah eksis.



4.1.4. Minat Anggota

Menurut Philip Kotler, minat pelanggan diartikan sebagai bentuk reaksi efektif atau perasaan menyukai produk namun belum memutuskan untuk melakukan pembelian. Safirotul K, R. (2019). Minat dinilai sebagai intensi yang datang dari adanya atensi terhadap suatu produk atau sebuah dorongan untuk berbuat suatu hal. Minat juga diartikan sebagai atensi, mereka biasanya disamakan. Sama terkait implementasi yang senantiasa beriringan.. Minat dapat berupa sikap individual seperti kognisi, konasi, emosi yang mengarah pada hubungan dimana perasaan adalah yang terkuat. Nisaul, C. (2019).

Menurut Nurmayanti, L. (2019) yang dikutip dalam Malayu Hasibuan (2008 hal 205) terdapat faktor yang mempengaruhi minat terdapat sejumlah faktor yang berpengaruh pada minat, antara lain:

- a. Pekerjaan yang berbeda, melalui adanya perbedaan dalam pekerjaan seseorang dapat mempertimangkan intensinya atas skala pekerja yang ingin diraihinya, kegiatan untuk dijalankan, waktu dan lainnya.
- b. sosial ekonomi yang berbeda, mereka dengan sosial ekonomi tinggi akan mudah mendapatkan keinginan mereka dibandingkan dengan yang sosial ekonominya rendah.
- c. Hobi yang berbeda, terkait penggunaan waktu senggangnya.
- d. Gender yang berbeda, intensi wanita dinilai berbeda dengan intensi dari pria.

- e. Usia berbedaa, masa anak-anak, remaja, dewasa serta orang tua akan menentukan dan membedakan minatnya pada sebuah produk, barang, kegiatan, hobi dan laiya. Jadi yang dimaksud dengan minat anggota adalah suatu kecenderungan atau keinginan dari orang-orang yang terbiasa menjalin hubungan baik dengan bank atau sebagai pelanggan bank.



4.1.5. Simpan pinjam

Ditinjau dari segi bahasa, simpan (menyimpan) bermakna menempatkan sesuatu dengan aman serta baik. Pinjam (meminjam) atau menggunakan barang, uang dari pihak lain untuk waktu yang singkat. Semetara istilah simpan pinjam pada koperasi atau juga disebut koperasi kredit lebih terfokus ke orang melakukan penerimaan tabungan serta pemberian pinjaman untuk anggota koperasi melalui sejumlah syara yang mudah dan serta tarif bunga dengan nominal yang rendah. Sedangkan definisi di sini tidak mengarah ke arah tersurat, dikarenakan koperasi tidak mempunyai peraturan baku terkait prosedur atau mekanisme simpan pinjam, dan hanya memuat simpan serta pinjam meminjam, walaupun akan ke potong 10 % sebagai simpanan pokok serta wajib untuk para pihak yang meminjam. Dasim, Y. (2016).

Definisi simpan pinjam yakni ke arah simpanan yang terhimpun secara bersama lalu diberikan pinjaman kepada anggota dengan keutuhan pinjaman yang selanjutnya anggota akan memberikan pernyataan permohonan secara tertulis kepada pengurus melalui menuliskan sejumlah nominal uang yang dibutuhkan, pengurus memperkirakan serta mempelajari pernyataan permohonan pinjaman diadakan pada kualitas dari koperasi, juga terkait jumlah pinjaman, syarat-syarat pengajuan pengembalian dana, serta nilai. Lepank.com (2012). Bisnis simpan pinjam diartikan sebagai aktivitas penghimpunan dana serta penyaluran lewat aktivitas bisnis simpan pinjam dari serta kepada anggota koperasi, calon anggota koperasi, koperasi lain serta anggotanya.

BAB V

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

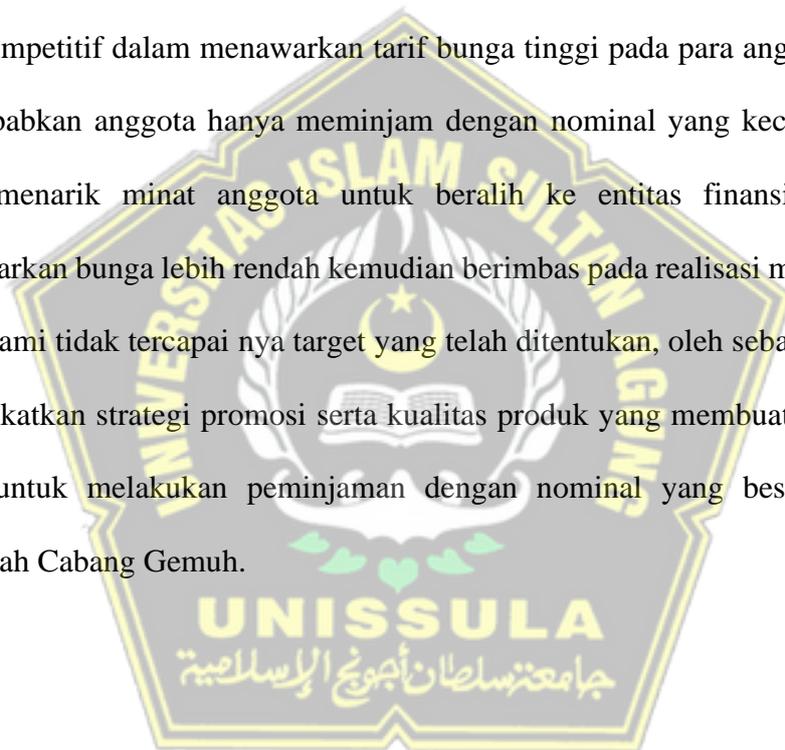
5.1 Analisis Permasalahan di KSPPS Bismillah Cabang Gemuh

Setiap perusahaan, organisasi ataupun lembaga tentunya memiliki permasalahan yang sering kali terjadi salah satunya pada perbankan syariah. Seperti halnya di KSPPS Bismillah Cabang Gemuh terdapat suatu masalah yaitu kurangnya minat anggota dalam melakukan simpan pinjam, permasalahan tersebut tentunya harus segera ditangani supaya tidak semakin meluas yang dapat mengakibatkan dampak buruk bagi perusahaan serta para pengelola perusahaan. Seorang marketing tentunya harus handal dalam menangani permasalahan tersebut tidak hanya itu para pengelola lainnya pun tentu harus sejalan mengisi antara satu sama lain, karena dengan adanya kerja sama antara satu sama lain maka akan terciptanya sebuah kinerja yang optimal sehingga mampu memaksimalkan target perusahaan yang sudah ditentukan.

Kurangnya minat anggota merupakan sebuah masalah yang harus cepat diperbaiki karena akan berdampak pada lini perusahaan. Terdapat berbagai faktor yang dapat menyebabkan kurangnya minat anggota itu terjadi, strategi promosi marketing yang kurang optimal tentunya menjadi sebab utama berkurangnya minat anggota dalam melakukan simpan pinjam di KSPPS Bismillah Cabang Gemuh. Selain itu pandemi Covid-19 yang mengakibatkan adanya kebijakan serta peraturan – peraturan baru yang dikeluarkan oleh pemerintah karena untuk menghentikan peningkatan penularan Covid-19. Untuk menanggulangi hal tersebut peran serta strategi seorang marketing dibutuhkan untuk meningkatkan kembali minat anggota

agar dapat melakukan simpan pinjam secara menyeluruh tidak hanya unggul dalam satu simpanan saja yaitu pada simpanan bismillah melainkan pada simpanan yang lainnya pun dapat diminati oleh anggota baru yang akan melakukan simpan pinjam di KSPPS Bismillah Cabang Gemuh sehingga produk – produk yang ada dapat diminati oleh para anggota.

Entitas finansial dekat dengan lokasi KSPPS Bismillah Cabang Gemuh dinilai juga kompetitif dalam menawarkan tarif bunga tinggi pada para anggota sehingga menyebabkan anggota hanya meminjam dengan nominal yang kecil hal tersebut dapat menarik minat anggota untuk beralih ke entitas finansial lain yang menawarkan bunga lebih rendah kemudian berimbas pada realisasi marketing yang mengalami tidak tercapainya target yang telah ditentukan, oleh sebab itu perlunya meningkatkan strategi promosi serta kualitas produk yang membuat para anggota yakin untuk melakukan peminjaman dengan nominal yang besar di KSPPS Bismillah Cabang Gemuh.

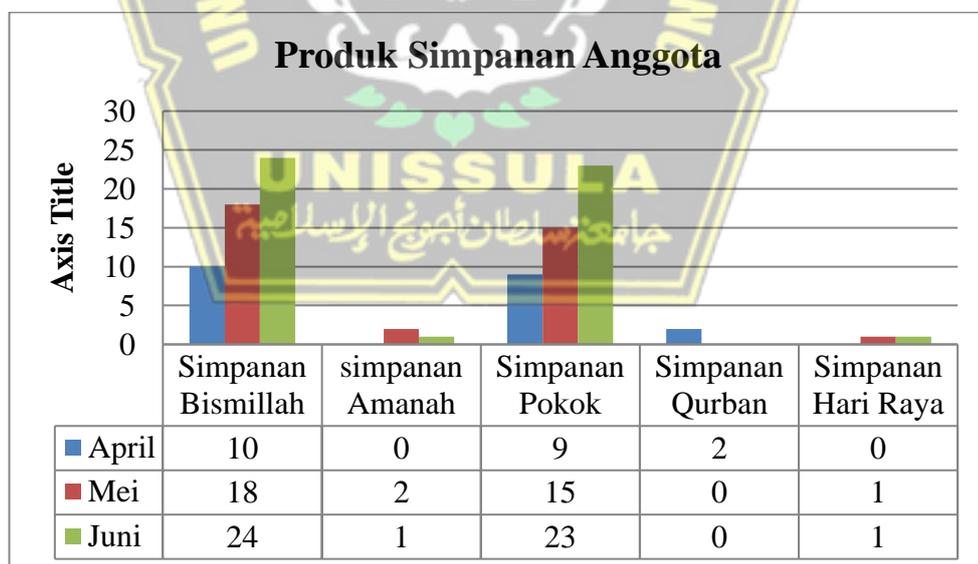


5.2 Analisis Minat Anggota KSPPS Bismillah Cabang Gemuh

Sebagai suatu lembaga, KSPPS Bismillah pasti mempunyai beberapa simpanan anggota, diantaranya yaitu Simpanan Bismillah, Simpanan Pokok, Simpanan Qurban, Simpanan Amanah, serta Simpanan Hari Raya. Sesuai data yang penulis dapatkan dalam produk simpanan yang banyak diminati oleh anggota dan mengalami peningkatan yaitu simpanan bismillah sedangkan pada produk simpanan lainnya tidak menunjukkan adanya peningkatan yang dapat ditunjukkan oleh data berikut terkait data perkembangan produk simpanan anggota dari bulan April – Juni 2021.

KSPPS BISMILLAH CAB. GEMUH

Gambar 5.1 PENDAPATAN

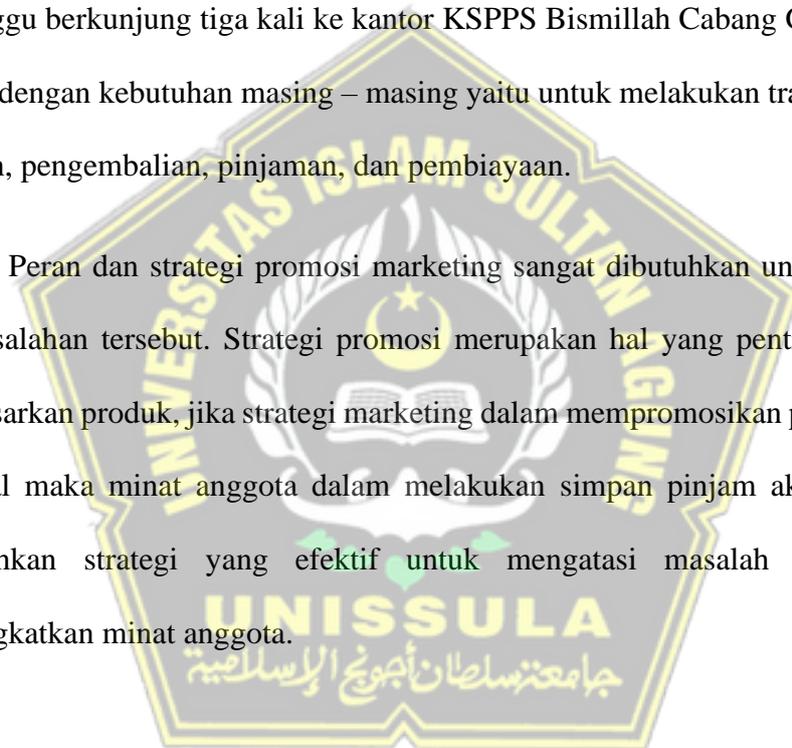


Sumber : KSPPS Bismillah Cabang Gemuh 2021

Pada gambar 5.1 menunjukkan bahwa simpanan bismillah mengalami peningkatan yang signifikan dengan jumlah anggota yaitu 52 anggota, kemudian

pada simpanan amanah 3 anggota, pada simpanan pokok yaitu 47 anggota, pada simpanan qurban 2 anggota, dan pada simpanan hari raya 2 anggota. Dari data tersebut rata – rata profesi anggota yang melakukan simpan pinjam yaitu pedagang dan petani kemudian untuk sosial ekonomi anggotanya adalah buruh dan wiraswasta, kisaran usia anggota yang melakukan simpan pinjam mulai dari 30 tahun – 55 tahun dan lebih dominan perempuan biasanya para anggota dalam seminggu berkunjung tiga kali ke kantor KSPPS Bismillah Cabang Gemuh namun sesuai dengan kebutuhan masing – masing yaitu untuk melakukan transaksi seperti setoran, pengembalian, pinjaman, dan pembiayaan.

Peran dan strategi promosi marketing sangat dibutuhkan untuk mengatasi permasalahan tersebut. Strategi promosi merupakan hal yang penting dalam hal memasarkan produk, jika strategi marketing dalam mempromosikan produk kurang optimal maka minat anggota dalam melakukan simpan pinjam akan berkurang dibutuhkan strategi yang efektif untuk mengatasi masalah agar mampu meningkatkan minat anggota.



5.3 Pembahasan Strategi Promosi Marketing KSPPS Bismillah Cabang Gemuh

Dalam menghadapi tantangan – tantangan tersebut diperlukan penyesuaian dan strategi yang mumpuni untuk melewati rintangan yang ada, peran seorang marketing dalam mempromosikan produk sangat dibutuhkan untuk meningkatkan minat anggota, Penulis melakukan wawancara dengan Bapak Kuswanto selaku Kepala cabang KSPPS Bismillah Cabang Gemuh yang disesuaikan dengan teori strategi promosi. Promosi dinilai mempermudah perusahaan dalam pemasaran produk secara lancar dikarenakan kompetitifnya keadaan serta kebebasan konsumen terkait pemilihan produk, perlu dijalankan sebuah promosi yang bertujuan memberikan pengaruh pada pelanggan menyesuaikan dengan kebutuhan serta keinginannya juga akan berdampak pada loyalitas pelanggan atas produk Strategi yang dilakukan marketing dalam memasarkan produk – produk yang ada di KSPPS Bismillah Cabang Gemuh adalah sebagai berikut.

a) Sosialisasi

Untuk bidikan sosialisasi sendiri jika produk yang ditawarkan untuk skala menengah ke atas maka marketing terjun langsung ke rumah para pengusaha dan untuk produk dengan skala menengah kebawah maka tempat yang dituju yaitu pasar, kemudian jika produk – produk simpanan seperti simpanan haji dan qurban maka yang ditawarkan menyeluruh sehingga semua warga dikumpulkan dan diadakan sosialisasi atau mengadakan gathering anggota sehingga para anggota mengerti apa fungsi produk tersebut.

b) Promosi

Disini seorang pemasar akan menawari langsung calon anggota dengan maksud menjalin silaturahmi dan mengenalkan produk tatang gambaran KSPPS Bismillah Cabang Gemuh serta produk – produknya, selanjutnya marketing melakukan penyebaran brosur dengan mendatangi UMKM serta lokasi lai yang dinilai berprospek di wilayah gemuh serta didekatnya. Selain brosur media yang digunakan untuk mempromosikan produk yaitu melalui media sosial, website, hingga banner atau spanduk. Dengan adanya media sosial dapat memberikan bantuan pada lembaga keuangan guna menjalin hubungan dekat dengan calon anggota sert anggota entitas finansial tersebut serta memudahkan calon anggota untuk mengenal serta mengetahui lebih jelas terkait lokasi entitas finansial, profit untung, sarana, serta berbagai bonus dari KSPPS Bismillah Cabang Gemuh.

c) Apresiasi (Hadiah)

marketing selanjutnya akan mejalakan aktivitas promosi penjualan, yang dijalankan KSPPS Bismillah Cabang Gemuh adalah menyediakan ragam hadiah, kegiatan ini dilakukan saat anggota yang datang menuju ke tempat akan diberikan kupon undian yang diundi setiap setahun sekali hadiah yang diberikan sesuai dengan produk yang diambil jika simpanan ta'awun haji memberikan hadiah berupa sepeda motor, dan untuk simpanan yang lainnya memberikan hadiah berupa souvenir seperti jam dinding, payung, tas, kaos, gelas. Sehingga dapat menarik masyarakat dan anggota untuk terus menambah jumlah nominal tabungannya di KSPPS Bismillah Cabang Gemuh.

d) Strategi Penjualan

Dalam memasarkan produk – produk yang ada terdapat tantangan pada proses implementasi strategi promosi tersebut kendala yang sering terjadi yaitu dalam hal penawaran bagi hasil atau nisbah, cara mengatasi kendala tersebut dengan cara menerangkan bahwa dana yang dipinjam berasal dari simpanan anggota sehingga harus berbagi keuntungan dengan anggota sehingga anggota yakin dan mau melakukan simpan pinjam di KSPPS Bismillah Cabang Gemuh. Kemudian yang dilakukan oleh marketing dalam meningkatkan produk dan kualitas yaitu dengan melakukan sistem pelayanan jemput bola dan efisiensi waktu kerja.

e) Strategi Motivasi Karyawan

Bagi karyawan yang memenuhi target dalam mendapatkan anggota maupun dalam kinerja lainnya maka akan mendapatkan reward seperti pemberian bonus tunjangan dan kenaikan jabatan. Untuk cara menganalisis serta mengevaluasi kinerja promosi yang telah dilakukan oleh marketing yaitu terdapat target – target seperti program Pay BMT atau talangan haji setiap bulan ada target tersendiri bagi tiap marketing yang harus dicapai, pada talangan haji tiap marketing harus mendapatkan 2 orang, untuk Pay BMT mendapatkan 4 orang, setelah itu dapat dilihat pada akhir bulan target yang telah diperoleh dari masing – masing marketing dapat tercapai atau tidak disamping itu juga terdapat jadwal kunjungan siapa yang akan dikunjungi untuk mencapai target tersebut jadi setiap kunjungan akan dicek tiap bulan nya untuk melihat hasil yang diperoleh.



5.4 Analisis Kualitas Produk KSPPS Bismillah Cabang Gemuh

Kualitas produk diartikan sebagai kapabilitas produk dalam rangka menjalankan fungsi juga melakukan pertimbangan atas keandalan, daya tahan, nilai kemudahan, perbaikan, juga nilai lainnya. Dengan pemahaman ini saja, pelaku bisnis dapat memprediksi strategi untuk memelihara mutu produk tersebut. Kualitas dianggap sebagai faktor utama dalam bisnis. Terutama bagi yang ingin mempertahankan usahanya di tengah persaingan yang ketat bahkan membuat usahanya bergerak. Namun, ini tentu bukan tugas yang mudah. Didasarkan pada hasil kegiatan wawancara penulis dengan Bapak Kuswanto selaku Kepala cabang KSPPS Bismillah Cabang Gemuh tentang daya tarik kualitas produk menurut yang dijelaskan melalui teori dari Fandy Tjiptono (2012) adalah sebagai berikut.

a) Kualitas Produk

Untuk menarik anggota agar dapat meminati suatu produk dari koperasi simpan pinjam terkait pembiayaan yang bersifat syariah tentu tidaklah mudah dengan menawarkan produk yang memiliki kualitas maka akan mampu menarik minat dari anggota dalam melakukan simpan pinjam, yang dilakukan pihak KSPPS Bismillah melalui wawancara penulis dengan Kepala Cabang KSPPS Bismillah terkait kualitas produk agar dapat menarik minat anggota untuk melakukan simpanan atau pembiayaan adalah dengan cara menyesuaikan sesuai dengan kegunaan yang ada dan disesuaikan dengan akad atau perjanjian sehingga anggota lebih fleksibel dan leluasa nyaman dalam memilih produk – produk yang ada

b) Reliabilitas

Berupa potensi adanya kerusakan atau kegagalan pemakaian. Jika potensi kerusakannya menandakan produk tersebut andal. Produk simpanan yang ada sudah sesuai dengan kebutuhan anggota, dan produk yang paling diandalkan oleh KSPPS Bismillah yaitu pembiayaan Murabahah. Karena hal tersebut KSPPS Bismillah semakin diterima dan dapat dipercaya oleh kalangan masyarakat luas. (hasil wawancara penulis dengan Bapak Kuswanto selaku kepala cabang KSPPS Bismillah Cabang Gemuh).

c) Fitur Teknis

Strategi yang dilakukan dalam menarik perhatian masyarakat luas hingga anggota tentu tidaklah mudah KSPPS BISMILLAH Cabang Gemuh tentu memiliki strategi agar para anggotanya semakin mudah dalam melakukan kegiatan simpan pinjam, tentang fitur teknis agar mempermudah berjalannya menarik perhatian anggota untuk simpan pinjam KSPPS Bismillah. Yang pertama dengan sistem antar jemput simpanan dimana orang-orang pemasaran akan menemui anggota yang akan mengajukan simpanan dan anggota tidak disusahkan untuk mendatangi kantor. Kedua adalah apabila anggota ingin melakukan pembiayaan seperti halnya membeli sepeda motor, karena pembiayaan ini memanfaatkan akad murabahah pihak KSPPS bertindak menjadi penjual anggota yang bertindak sebagai pembeli maka anggota ini dapat *request* kepada pihak penjual atau KSPPS untuk mencarikan barang sesuai permintaannya. Yang terakhir adalah karena ini adalah akad jual beli

maka pembeli atau anggota dapat melakukan negosiasi atau tawar menawar masalah harga.

d) Fitur Kinerja Khusus

KSPPS Bismillah tentu saja memiliki keistimewaan – keistimewaan terhadap produk – produknya, dengan fitur yang ada anggota dimanjakan dengan sistem bagi hasil yang disesuaikan dengan pendapatan KSPPS Bismillah, kemudian anggota tidak diberikan beban potongan – potongan atau pajak dalam menabung dan tidak adanya batasan yang dalam menabung.

e) Kemampuan Memenuhi Spesifikasi Pelanggan Individual

Mengedepankan aspek kepuasan anggota dalam melakukan simpan pinjam tentu hal terpenting agar anggota nyaman dan tetap bertahan, untuk memenuhi spesifikasi yang ditetapkan oleh anggota tentu pihak KSPPS selalu berusaha yang terbaik seperti halnya pelanggan dapat meminta kepada pihak KSPPS Bismillah untuk mencarikan barang yang anggota minta dan ketika anggota ingin mengambil produk simpanan pihak KSPPS Bismillah akan menjelaskan terlebih dahulu ketentuan - ketentuan dan pembagiannya keuntungan agar anggota tidak kecewa.

f) **Kompabilitas Dengan Produk Dan Sistem Yang Sudah Ada**

Perkembangan zaman yang sekarang beralih dengan serba online memaksa semua orang berbagai pihak untuk dapat segera beradaptasi dan segera menyesuaikan sistem – sistem dan produk dengan perkembangan globalisasi. Pihak KSPPS Bismillah tentunya selalu berusaha yang terbaik memperbaiki apa yang kurang agar kedepannya dapat selalu berkembang mengikuti arus perkembangan zaman untuk itu pihak KSPPS Bismillah mengembangkan sebuah aplikasi bernama Pay BMT transaksi berbasis online yang dapat dengan mudah diunduh secara gratis untuk pengguna *smartphone* agar dapat memudahkan anggotanya dalam melakukan kegiatan simpanan dan pengambilan. Handphone pintar adalah gawai yang tak pernah lepas dalam kehidupan masyarakat zaman sekarang, untuk itu agar pihak KSPPS Bismillah dapat dengan mudah terintegrasi dengan anggotanya dan agar anggotanya dapat merasakan program yang disediakan oleh KSPPS Bismillah, maka pihak KSPPS Bismillah menyediakan pengadaan pembiayaan berupa *smartphone* disamping agar memudahkan transaksi, anggota juga akan dapat lebih mudah mengetahui program – program terbaru yang ditawarkan oleh KSPPS Bismillah.

BAB VI

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

6.1 Kesimpulan

Kualitas produk diartikan sebagai kemampuan suatu produk untuk menggerakkan fungsinya. Agar produk diterima dengan baik oleh pasar, pencipta produk harus mengangkat tingkat mutu yang memenuhi kebutuhan para pelanggan. Entitas Finansial akan berorientasi pada mutu produk, sebagai faktor yang turut menentukan kepuasan yang dirasakan anggota dan akan membangun, memelihara dan menumbuhkan loyalitas anggota.

Selain mutu produk, strategi promosi juga hal terpenting yang perlu diperhatikan agar suatu produk tersebut dikenal dan diketahui oleh orang banyak dapat meningkatkan minat masyarakat terhadap suatu produk. Berdasarkan hal tersebut ditemukan permasalahan di KSPPS Bismillah Cabang Gemuh dimana di beberapa simpanannya seperti simpanan amanah, simpanan qurban, dan simpanan hari raya kurang diminati oleh anggota, kemudian permasalahan lainnya yaitu kebanyakan anggota hanya mengambil pembiayaan dengan jumlah kecil alasannya karena jumlah bunga yang disepakati cukup tinggi. Untuk mengatasi permasalahan tersebut dari hasil proses analisis serta penjelasan bab 5 maka ditarik sejumlah kesimpulan antara lain.

1. Pihak KSPPS Bismillah untuk meningkatkan strategi promosinya agar produknya diminati banyak anggota biasanya dilakukan seperti halnya melakukan sosialisasi pengenalan kelebihan –

kelebihan produk kepada anggota, promosi untuk jangkauan yang lebih luas, dan pemberian hadiah atau apresiasi untuk meningkatkan loyalitas anggota.

2. Agar produk yang dimiliki KSPPS Bismillah makin diminati, dilakukan peningkatan kualitas produk seperti layanan jemput bola baik setoran maupun pengambilan agar memudahkan anggota dalam melakukan transaksi.
3. Kebanyakan minat anggota melakukan simpanan atau pembiayaan biasanya berprofesi sebagai pedagang atau petani yang sudah berusia 30 tahun hingga 55 tahun.



6.2 Rekomendasi

Merujuk dari hasil proses analisis serta uraian dalam bab 5 untuk mengatasi permasalahan yang ada penulis merekomendasikan sebagai berikut.

1. Perlunya meningkatkan strategi promosi agar anggota tau produk simpanan yang ada di KSPPS Bismillah dan melakukan simpan pinjam secara menyeluruh tidak hanya pada sebagian produk simpanan saja.
2. Untuk pembagian bagi hasil dapat dijelaskan secara keseluruhan kepada para anggota agar tidak terjadinya salah paham yang dapat mengakibatkan berkurangnya minat anggota dalam pengambilan pembiayaan.
3. Meningkatkan kualitas produk agar produk simpanan – simpanan diminati banyak anggota.

Selama penulis melaksanakan kegiatan magang merdeka belajar kampus merdeka (MBKM) di KSPPS Bismillah Cabang Gemuh untuk kedepannya penulis memberikan sejumlah rekomendasi untuk KSPPS Bismillah diantaranya.

1. Meningkatkan inovasi – inovasi pada informasi teknologi (IT) untuk kemudahan anggota dalam pembayaran.
2. Untuk menghadapi perkembangan zaman yang saat ini serba digital KSPPS Bismillah harus meningkatkan atau terjun ke dalam digital marketing.

3. Untuk kemajuan KSPPS Bismillah seluruh karyawan harus mengedepankan kedisiplinan.
4. Meningkatkan kualitas pelayanan agar anggota semakin loyal dan nyaman dalam melakukan simpan pinjam.

Adapun hal – hal yang perlu diperhatikan oleh program studi untuk mengadakan kegiatan magang merdeka belajar kampus merdeka (MBKM) kedepannya penulis memberikan sejumlah yamaha antara lain.

1. Untuk kegiatan MBKM selanjutnya diharapkan agar lebih terstruktur dan rapi agar informasi yang disampaikan dapat dipahami oleh mahasiswa dan mahasiswa tidak perlu lama menunggu kegiatan program PKM dilaksanakan.
2. Dari pihak fakultas sebaiknya ikut memantau secara langsung mahasiswanya ke tempat magang dan juga bisa meningkatkan silaturahmi hingga kerjasama antara fakultas dengan perusahaan.



BAB VII

REFLEKSI DIRI

7.1 Hal Positif Selama Perkuliahan Yang Bermanfaat Selama Magang

Selama perkuliahan tentu penulis memiliki pengalaman dan hal positif yang dapat penulis implementasi selama kegiatan magang, khususnya mengikuti organisasi – organisasi mahasiswa yang dapat melatih kerjasama tim, berkomunikasi, hingga kedisiplinan. Melalui hal tersebut dapat penulis terapkan selama kegiatan magang ketika penulis ke lapangan bersama marketing penulis bisa langsung menemui anggota dan berkomunikasi dengan orang banyak.

Hal lain selain itu budaya akademik islami yang diterapkan oleh kampus merupakan hal yang bermanfaat bagi penulis di tempat magang karena hal itu sejalan dengan budaya organisasi yang hampir sama diterapkan oleh KSPPS Bismillah, sehingga penulis tidak kesulitan beradaptasi ketika melaksanakan kegiatan magang.

7.2 Manfaat Kegiatan Magang Terhadap Pengembangan *Soft Skill*

Mahasiswa

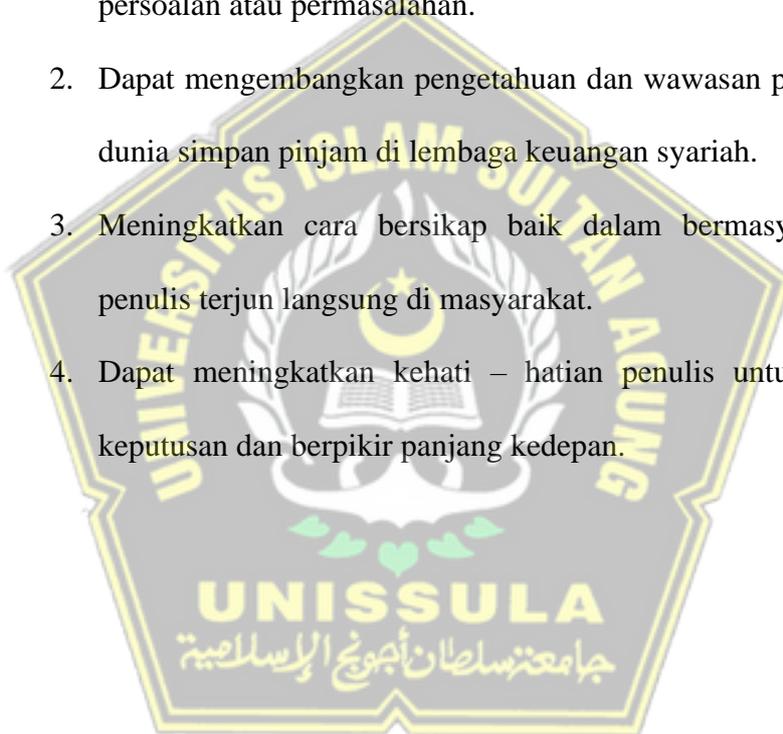
Magang merdeka belajar kuliah merdeka ini tentu sangatlah bermanfaat bagi pengembangan soft skill penulis, manfaat yang didapatkan penulis adalah sebagai berikut.

1. Dapat meningkatkan ketelitian penulis ketika mengerjakan tugas atau menghitung uang
2. Bertemu anggota atau orang banyak tentu sering dilakukan komunikasi, atas dasar tersebut kegiatan magang ini dapat bermanfaat untuk meningkatkan soft skill komunikasi penulis.
3. Melalui kegiatan magang tersebut juga dapat melatih dan meningkatkan kedisiplinan bagi penulis, karena selama magang dituntut untuk selalu datang tepat waktu dan tidak boleh terlambat
4. Selama magang penulis sering turun lapangan bersama marketing menemui anggota, hal tersebut memerlukan kerja sama tim melalui hal tersebut tentu bermanfaat bagi penulis tentang peningkatan kerja sama dan koordinasi dalam tim.

7.3 Manfaat Kegiatan Terhadap Kemampuan Kognitif Mahasiswa

Magang merdeka belajar kampus merdeka mampu mengembangkan dan meningkatkan cara berfikir mahasiswa didalam sebuah organisasi atau perusahaan ketika bekerja kelak. Manfaat yang dirasakan penulis ketika melaksanakan kegiatan magang sebagai berikut.

1. Mampu meningkatkan ketelitian penulis ketika mengatasi sebuah persoalan atau permasalahan.
2. Dapat mengembangkan pengetahuan dan wawasan penulis tentang dunia simpan pinjam di lembaga keuangan syariah.
3. Meningkatkan cara bersikap baik dalam bermasyarakat ketika penulis terjun langsung di masyarakat.
4. Dapat meningkatkan kehati – hatian penulis untuk mengambil keputusan dan berpikir panjang kedepan.



7.4 Kunci Sukses Dalam Bekerja Berdasarkan Pengalamannya Selama

Magang

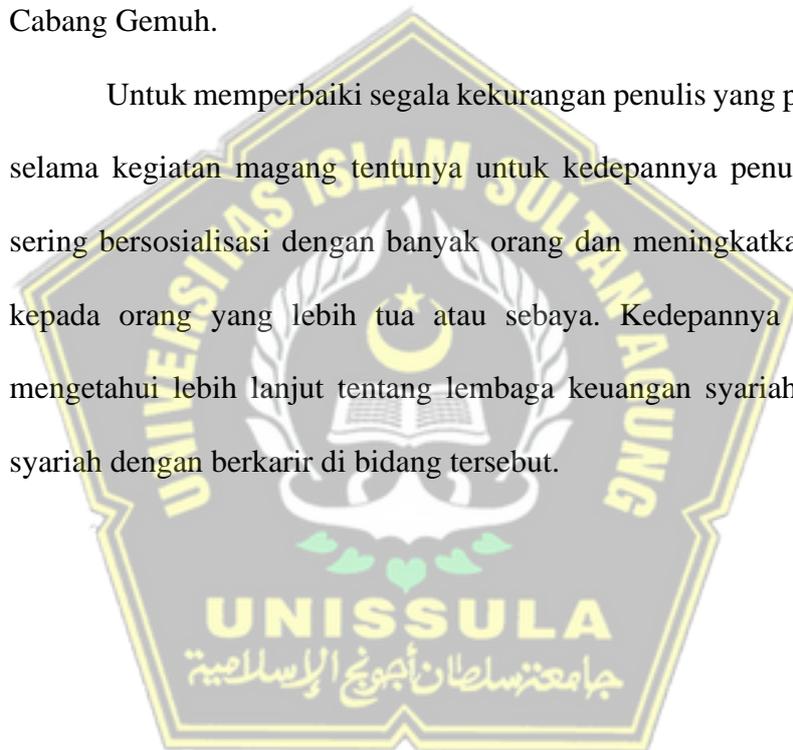
Kejujuran adalah kunci sukses dalam bekerja berdasarkan pengalaman penulis selama magang yang berlangsung tiga bulan yang bertempat di KSPPS Bismillah kejujuran merupakan hal yang penting dalam mengemban amanah yang telah diberikan oleh pihak koperasi karena termasuk lembaga keuangan syariah sehingga kejujuran dalam hal mengerjakan pembukuan maupun menghitung uang yang masuk harus teliti dan tidak melakukan kecurangan dalam menuliskan nominal.

Kemudian disiplin dalam mematuhi segala peraturan merupakan sebuah kunci kesuksesan dimasa depan jika terbiasa disiplin maka dalam menjalankan peraturan oleh perusahaan akan dapat dijalankan secara ikhlas dan berjalan dengan baik sehingga tidak akan menunda – nunda pekerjaan. Bekerja keras juga perlu dalam mencapai kesuksesan karena bekerja dengan sungguh – sungguh akan menciptakan hasil yang sesuai di inginkan di masa depan. Tentunya juga mensyukuri atas rahmat serta nikmat yang dianugerahkan oleh Tuhan Semesta Alam Allah SWT karena melalui bersyukur seluruh urusan akan dipermudah sehingga merasa tercukupi.

7.5 Rencana Pengembangan / Perbaikan Diri, Karir, dan Pendidikan.

Belajar dari pengalaman magang yang penulis dapatkan selama tiga bulan di KSPPS Bismillah dari situ penulis mengetahui kekurangan – kekurangan yang dimiliki penulis dan tentunya harus diperbaiki, kekurangan tersebut adalah kurang bersosialisasi penulis terhadap anggota, kurangnya komunikasi penulis dengan rekan – rekan di KSPPS Bismillah Cabang Gemuh.

Untuk memperbaiki segala kekurangan penulis yang penulis ketahui selama kegiatan magang tentunya untuk kedepannya penulis akan lebih sering bersosialisasi dengan banyak orang dan meningkatkan komunikasi kepada orang yang lebih tua atau sebaya. Kedepannya penulis ingin mengetahui lebih lanjut tentang lembaga keuangan syariah maupun non syariah dengan berkarir di bidang tersebut.



DAFTAR REFERENSI

- SANTI, E. N. (2019). PENGARUH PENGETAHUAN, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP MINAT ANGGOTA MEMILIH PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH DI KOPERASI SIMPAN PINJAM PEMBIAYAAN SYARIAH BAITUL MAAL WA TAMWIL PEREKONOMIAN TASYRIKAH AGUNG TULUNGAGUNG.
- Putri, Y. R. (2018). *Strategi pemasaran dengan menggunakan word of mouth marketing pada produk simpanan SI BAGUS dalam meningkatkan jumlah anggota di Koperasi Simpan Pinjam Giri Muria Group Kudus* (Doctoral dissertation, UIN Walisongo Semarang).
- Fadhila, O. N. (2015). *Analisis penerapan strategi promosi terhadap perkembangan produk simpanan wajib berhadiah (si Wadiah) di KJKS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bandungan* (Doctoral dissertation, UIN Walisongo).
- Maulida, I. (2016). *Analisis Pengaruh Promosi dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada BMT Taruna Sejahtera Cabang Tuntang* (Doctoral dissertation, IAIN SALATIGA).
- Wulandari, D. (2019). *Pengaruh Media Promosi Terhadap Minat Anggota Koperasi BMT Al-Hasanah Mandiri Sejahtera Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur* (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Saputri, L. S. (2018). STRATEGI PEMBIAYAAN PRODUK MURABAHAH DI KSPPS TAMZIS BINA UTAMA CABANG GODEAN.
- Safitri, E. A. (2017). *Peran marketing dalam meningkatkan minat menabung produk Sirela di KJKS BMT Walisongo Cabang Mijen Semarang* (Doctoral dissertation, UIN Walisongo).
- PUTRI, N. Z. (2021). PENGARUH LOKASI, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT ANGGOTA MENABUNG DI KOPONTREN AL BARKAH WONODADI BLITAR.
- Irawan, A. W. (2020). Analisis Kualitas Produk untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah. *TASYRI': JURNAL TARBIYAH-SYARI'AH ISLAMIYAH*, 27(2), 1-10.

Azizah, N. (2010). *Strategi promosi dalam menarik minat Nasabah Koperasi BMT-UGT Sidogiri di Klampis Bangkalan Madura* (Doctoral dissertation, IAIN Sunan Ampel Surabaya).

SETYANINGRUM, M. (2019). PENGARUH LOKASI, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT ANGGOTA MENABUNG DI KOPONTREN AL-BARKAH WONODADI BLITAR.

Pratama, E. O. N. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Perceived Value Terhadap Keputusan Menabung dengan Religious Behavior Sebagai Variabel Moderator (Studi Kasus pada KSPPS BMT Yaummi Maziyah Assa'adah Jekulo)* (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).

Safirotul K, R. (2019). *Analisis faktor-faktor minat anggota KSPPS BMT cabang Doro Kabupaten Pekalongan terhadap produk rahn/gadai emas syariah* (Doctoral dissertation, IAIN Pekalongan).

NISAUL, C. H. O. I. R. I. Y. A. H. (2019). PENGARUH PERSEPSI MASYARAKAT DAN ETIKA PEMASARAN ISLAM TERHADAP MINAT ANGGOTA MEMILIH KSPPS “BAITUL IZZA SEJAHTERA” SERUT TULUNGAGUNG DAN KOPWANSYAH ROHMAH PUCUNG KIDUL BOYOLANGU TULUNGAGUNG.

Nurmayanti, L. (2019). *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat anggota pada produk simpanan UKHUWAH di BMT Marhamah cabang Sukoharjo Wonosobo* (Doctoral dissertation, UIN Walisongo).

Dasim, Y. (2016). Mekanisme Simpan Pinjam Di Koperasi Sinar Mas dalam perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Koperasi Simpan Pinjam Mas sinar Kelurahan, calaca). *Jurnal Ilmiah Al-Syir'ah*, 3(1).

<http://www.lepank.com/2012/08/pengertian-simpan-pinjam.html>

Safitri, I. (2016). *Analisis penerapan strategi promosi dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Limpung* (Doctoral dissertation, UIN Walisongo).

Satria, A. A. (2017). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada perusahaan A-36. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 45-53.

Khodlro, A. U., Lubis, N., & Prabawani, B. (2015). Pengaruh Daya Tarik Produk Pesaing, Perilaku Mencari Variasi Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Smartphone Blackberry. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(2), 70-75.

